

양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검방안 연구

2021-22

정책연구

A Study on Local Tourism Contents
Inspection Method from the Perspective
of Gender Equality

오훈성



연구책임

오훈성 한국문화관광연구원 부연구위원

양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검방안 연구



연구개요

1. 서론

가. 연구배경 및 목적

1) 연구배경

- 최근 여성폭력, 디지털 성범죄, 성별 갈등 혐오 등 사회 문제를 겪으면서 양성평등에 대한 관심과 요구가 증가하고 있지만, 지역관광 정책에서 양성평등 관점이 어떻게 적용되어야 하는지에 대한 논쟁과 논의가 이루어지지 않고 있음
- '19년 특정성별영향평가 결과, 지역관광 콘텐츠 제작 및 활용 시 성인지 관점에서 점검 방안을 마련하도록 권고
- 정부 홍보물 성별영향평가 점검지표를 토대로 기존 점검지표에서 설명할 수 없거나 불필요한 지표, 수정이 필요한 지표, 지역관광 콘텐츠의 특수성을 반영한 추가 지표를 제안하여 양성평등 관점에서 점검지표를 개발하여 점검체계 안에서 점검지표가 제대로 작용할 수 있는 방안 마련이 필요

2) 연구목적

- 지역관광 콘텐츠의 양성평등 및 성역할 고정관념 관점에서 중앙정부가 지방자치단체로 하여금 지역관광 콘텐츠를 점검할 수 있도록 하는 점검지표 개발하는데 있음. 또한, 개발된 점검지표가 점검 체계 속에서 원활히 작용하는지 방안을 모색하는데 있음
 - 첫째, 점검지표 개발은 양성평등 및 성역할 고정관념 관련 개념 정립, 성 주류화 제도 현황 및 지역관광 콘텐츠 내용 분석 결과를 토대로 주요 점검사항과 세부 지표 제시
 - 둘째, 점검체계는 개발된 점검지표와 점검 포인트가 사전 단계 및 제작 단계, 사후 단계에서 점검사항 및 점검 이행 조치 결과를 원활하게 작동할 수 있도록 제시

나. 연구 범위 및 방법

1) 연구범위

- 공간적 범위는 국내를 중심으로 분석
- 내용적 범위는 첫째, 지역관광 콘텐츠의 양성평등 실태 및 문제점 분석, 둘째, 지역관광 콘텐츠의 양성평등 관련 정책 추진 실태 및 국내·외 사례 분석을 통하여 시사점을 도출, 셋째, 지역관광 콘텐츠의 양성평등 관련 지방자치단체 담당자 및 전문가 의견을 수렴, 넷째, 양성평등 관점이 반영된 지역관광 콘텐츠 점검 방향 및 개선과제를 도출하고, 점검 방안 제시

2) 연구방법

- 본 연구는 문헌연구, 지역관광 콘텐츠 내용분석, 국내·외 사례 분석, 지방자치단체 담당자 인터뷰, 전문가 자문 등 다양한 연구방법을 활용 추진

2. 양성평등 관점 이해와 지역관광 콘텐츠 점검 이슈

가. 양성평등 개념 및 관련 정책

1) 양성평등 관련 개념

- 젠더(Gender)는 가부장적 사회의 불평등한 권력관계 속에서 구성된 여성과 남성의 역할, 여성과 남성의 관계, 여성과 남성에게 적절하다고 간주되는 일련의 특질 및 행동 등을 뜻함.
 - 젠더 인식(Gender Aware)은 사회가 규정하는 젠더 역할과 관계를 볼 수 있는 능력과 그것이 미치는 영향을 이해하는 능력
- 성인지 감수성이란 성과 관련한 이슈를 감지하는 능력으로서 성차별로 인해 일어나는 문제, 그 차이들이 미치는 영향 등을 인지하는 것임. 즉 성차별과 성의 불평등을 인지하는 광범위한 능력을 의미함
- 양성평등이란 성별에 따른 차별, 편견, 비하 및 폭력 없이 인권을 동등하게 보장받고 모든 영역에 동등하게 참여하고 대우받는 것을 의미함. 요컨대 성별에 관계없이 동등하게 인권을 보장받고, 모든 영역에 동등하게 참여하고 대우받는 것을 뜻함

2) 양성평등 관련 정책

- 성 주류화 제도는 양성평등기본법 제14조(성주류화 조치), 제15조(성별영향평가), 제16조(성인지 예산), 제17조(성인지 통계), 제18조(성인지 교육)에 근거 규정을 두고 있음
 - 성 주류화 조치는 국가와 지방자치단체가 법령의 제정·개정 및 적용·해석, 정책의 기획, 예산 편성 및 집행, 그 밖에 법령에 따라 직무를 수행하는 과정에서 성평등 관점을 통합하는 것
- 문화체육관광부는 관광 전문인력 양성 교육과정을 통하여 성차와 성차별의 개념을 인식하고 분야별 여성의 지위 및 성차별에 대해 통찰할 수 있는 성인지 감수성을 증진하는 것을 목표로 하고 있음
- 지방자치단체는 성인지 예산사업으로 선정하여 사업부서의 성별 수혜 분석, 성별 격차 원인분석, 성과목표, 성평등 기대효과 등을 점검해 볼 수 있고, 여성정책 담당 부서 통해 성별 구분 또는 고정관념, 성별 특성, 성별 균형참여 등을 성별영향평가를 할 수 있음
- 그러나, 지방자치단체의 사업부서 성별영향평가는 의무사항이 아니라서 강제할 수 없어 실제로는 점검이 원활하게 이루어지지 않고 있는 현실임

나. 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검 이슈

1) 관광콘텐츠 제작단계에서의 성인지 감수성 결여

- 관광콘텐츠는 성인지 감수성과 관계없이 관광자원, 지역, 장소 등을 소개하고 있기 때문에 일차적인 성인지 감수성을 고려할 요소가 많지 않음. 그러나, 이러한 관광 콘텐츠를 가공(활용)할 때 발생할 수 있는 요소가 나타날 우려가 있음
- 민간영역에서 제작자의 역량강화를 위한 인식개선 노력은 자칫 민간의 자율성을 침해할 우려가 있기 때문에 관광콘텐츠를 제작 의뢰한 담당공무원의 성인지 감수성을 함양하여 콘텐츠 결과물에 대해 성인지감수성을 적용하여 점검해주는 방안이 중요할 수밖에 없음

2) 관광콘텐츠 점검 단계에서의 성역할 고정관념의 자의적 해석 우려

- 성역할 고정관념은 포괄적이고, 모호하여 담당 공무원마다 주관적 관점에 따라 다양한 해석을 하고 있어 점검하는데 큰 제약이 있어 빈번하게 나타나고 있음
- 성 역할 고정관념이 중요한 이유는 여성에 대한 차별과 편견의 기저에 고정관념이 내재해 있고, 여성에 대해서 더 처방적이고, 부정적인 영향을 미치기 때문(조혜자, 2001).

3) 관광콘텐츠 점검단계에서의 관광콘텐츠의 성인지 감수성 판단 기준 모호

- 젠더 정체성(gender identity)은 사회적, 역사적, 정치적 배경에 의해 만들어지고 있기 때문에 시대에 따라 변화가능성이 있는 콘텐츠를 성인지 감수성을 적용하여 판단하는데 근본적인 한계가 있음
- 성인지 판단하는 기준이 모호하거나 어려운 경우 이슈를 다수의 전문가들이 종합토론을 통해 정리하고, 사례를 예시로 제시하여 시간(년도), 공간(지역)을 전제로 맥락을 이해할 수 있도록 하는 방안이 필요

3. 지역관광 콘텐츠 내용 분석

가. 분석 개요

- 지역관광 콘텐츠 내용 분석의 목적은 기존의 정부 홍보물의 성별영향평가 점검지표에서 설명할 수 없거나 불필요한 지표, 수정이 필요한 지표, 지역관광 콘텐츠의 특수성을 반영한 추가지표 등을 개발하는데 시사점을 찾는 데 있음

〈표 1〉 분석 개요

구분	주요 내용
분석 표본	경상북도 및 전라남도 관광홍보물 웹사이트 중 2019년부터 2021년 사례분석대상으로 발굴된 홍보물 총 228건
분석 기간	2021년 6월17일(목)~2021년 7월16일(금)
분석 내용	정보 홍보물 점검지표에서 설명할 수 없거나 불필요한 지표, 수정이 필요한 지표, 지역관광 콘텐츠의 특수성을 반영한 추가지표 제안
분석 도구	구조화된 분석지
분석 방법	개별 내용 분석

나. 분석 결과

- 특정 성의 역할을 고정된 이미지나 역할로 한정해서 해석하는 경향
 - 지역관광 콘텐츠에서 어떤 상황이나 역사적 사건에 대한 편파적인 해석은 다양한 관점을 갖지 못하게 하며, 현실을 왜곡시키게 됨. 그 결과 성 역할 관점에 대해 매우 제한된 시각을 갖게 될 가능성이 커짐(정해숙 외 2인, 2010).
 - 관광가이드북에서 남성은 낚시나 등산 등 활동적인 모습으로, 여성은 앉아서 책을 읽고 있는 내용으로 구도화하는 내용
 - 한 화면에 여성과 남성을 함께 표현할 때 성별에 따라 신체 크기의 차이를 부각하는 경우가 많고, 옷차림 등을 지나치게 남성적이거나 여성적인 옷차림으로 표현하는 경우
 - 남성과 여성의 역할과 남성다움, 여성다움에 기초하여 남성의 즐거움은 동적 레포트, 여성의 즐거움은 사진 남기기 등의 정적 활동으로 제시하는 장면이 포함
- 관광지 상황 및 관광자원의 특성에 부합하지 않은 복장 및 동작 묘사
 - 혼자 걷는 장면에서 여성은 높은 굽의 신발과 치마 등을 입고 계속 걷는 장면이 나오는 반면, 남성은 배낭과 운동화 등 가벼운 차림으로 나타남
 - 관광지와 무관하게 여성 등장인물들의 긴 머리, 짙은 화장, 드레스 코드 등은 외모 지상주의를 표출하고 있음
 - 여성 캐릭터는 속눈썹이나 색깔 등으로 표현하고, 남성 캐릭터는 강한 이미지 등으로 표현하고 있음

4. 국내외 성인지 관련 지표 사례 분석

가. 분석 개요

- 사례 분석의 목적은 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검 지표와 점검체계 마련에 있어서 유사 점검 지표와 점검사항을 구체적으로 제시하는 점검 포인트를 가지고 점검체계 안에서 관리할 수 있는지 보고자 하였음.
- 일반적으로 지역관광 콘텐츠는 수량적인 개념이 아니라 질적인 개념으로 이해되어 왔기 때문에 다른 분야의 점검지표 선행 연구들과 양성평등 관점을 반영한 지역관광 콘텐츠 내용분석을 통해 지표 개발의 초안을 만들어볼 수 있음. 먼저 초안을 구성하면서

업무에 둔 점은 점검 지표는 쉽게 이용하고 이해할 수 있어야 한다는 일반적인 기준을 충족시켜야 되는데, 양성평등 지표는 다른 지표에 비해서 친숙하지 않다는 문제점을 지니고 있음

- 이러한 문제점을 개선시켜 양성평등 점검지표에 대한 담당공무원들의 이해도를 증진시키기 위해서 지표에 대하여 충분히 설명할 필요가 있음. 이를 감안해 개별 지표에 대한 설명을 추가하여 보다 구체화하여 점검 포인트를 도출하는데 시사점을 얻고자 하였음

나. 분석 결과

- 국내 사례에 대한 시사점은 다음과 같음
 - 첫째, 성평등적 차원에 있어 다양성을 공통적으로 반영하고 있음. 여성과 남성의 역할을 다양하게 표현해 주고 있는지에 대한 점검이 중요하다고 보고 있음. 성역할과 지위, 외모, 성격, 직업 및 취미, 인성, 여가활동, 나이, 능력, 가족 등에 대해서 다양한 역할로 표현되고 있는지가 점검의 주요사항임을 알 수 있음.
 - 둘째, 성차별적 차원에 있어 외모지상주의 조장을 공통적으로 반영하고 있음. 선정성과 성적대상화, 스타일, 외모 규범 및 차별, 외모 다양성 등에 대해서 여성의 외모를 지나치게 부각하거나 물리적 아름다움에만 집중하는 것에 대해 주의를 주고 있음을 알 수 있음
- 국외 사례에 대한 시사점은 다음과 같음
 - 첫째, 성별 특성과 성별 균형참여에 대해 공통적으로 나타나고 있음. 주로, 신체적, 사회 문화적 차이 등 성별 특성과 관련된 규정이 있는지, 성별로 균등하게 참여하도록 노력하고 있는지 점검 포인트를 두는 것임
 - 둘째, 점검하는데 있어 피평가자의 평소 고정관념에 따라 주관적으로 판단하거나, 판단하는데 모호하여 어려움이 발생할 수 있음. 따라서, 점검 지표와 점검 포인트를 상세히 기술하고 사례 등을 제시하여 이해를 증진시켜야 함
 - European Institute for Gender Equality, 몰타의 방송미디어 분야의 성 평등 및 성 묘사에 관한 지침 등에서 다양한 역할과 가족 구조의 다양성을 공통적으로 제시하고 지표 개발에서 등장인물 다양성과 가족구성 다양성 등에 대한 고려가 필요
 - 종합적으로 지표를 개발할 때에는 성평등적 요소와 성차별적 요소가 포함되어야

하고, 양성평등 관점의 지역관광콘텐츠의 실행력을 제고하기 위해서는 성별 고정관념과 성별 균형참여에 대한 점검 포인트를 두고 추진해야 함을 확인할 수 있음

5. 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검 방안

가. 기본 방향

- 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검 이슈인 관광콘텐츠 제작 단계에서의 성인지 감수성 결여, 관광콘텐츠 점검 단계에서의 성역할 고정관념의 자의적 해석 우려 및 성인지 감수성 판단 기준 모호성을 어떻게 극복해나갈 것인가? 이는 젠더 갈등의 주된 원인은 성별 불평등이고, 성별 불평등은 성 역할 고정관념에서 초래하고 있기 때문에 성별 불평등을 해소하기 위해 성역할 고정관념에 대한 실태파악과 세부적인 점검방안 마련이 모색되어야 함
- 첫째, 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 지표 개선임. 기존의 정부 홍보물의 성별 영향평가지표가 가지고 있는 한계인 지역관광 특수성 미반영을 극복하기 위해 전문가 모니터링을 통해 기존 지표와 점검 착안사항 등을 마련하여 적합한 지표를 개선하여 지역관광 콘텐츠를 내용적으로 점검하는 방안을 마련하는 것임
- 둘째, 양성평등 관점의 점검체계 마련임. 지역관광 콘텐츠 기본 틀, 점검 목적, 점검 주체, 점검 대상, 점검 단위, 점검 대상 선정, 점검 방법, 점검 및 이행조치 절차, 점검 지원체계(정부 및 지방자치단체 역할 포함) 등 절차적 타당성을 확보하는 것임

나. 지표의 체계 개선

1) 등장인물 해석의 다양성

- 정부 홍보물 성별영향평가 점검지표는 ‘성역할 고정관념 및 편견’과 ‘성차별적 표현, 비하, 외모지상주의’인데, 실제로 내용 분석 결과 성 역할 고정관념을 강화시키는 지표가 ‘외모지상주의’에 대한 편견을 포괄하고 있어 뚜렷하게 구분할 수 없기 때문에 하나의 대지표로 통합하였음.

- “특정 성별의 고정된 이미지나, 등장인물의 성별로 외모, 복장, 동작 등을 한정하지 않고, 특정 성별에 관계없이 다양한 활동과 역량으로 해석하여 묘사하고 있는가?”로 제시

2) 콘텐츠 구성요소간의 조화

- 정부 홍보물 성별영향평가 점검지표 ‘성차별적 표현/비하/외모지상주의’에서 성차별적 언어표현 및 특정 성을 비하하거나 열등하게 묘사하는 사례는 소수이고, 대부분 외모 지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적 대상화하는 표현임
- 또한, 관광지 상황 및 관광자원의 특성에 부합하지 않은 복장이나 동작을 보여 관광자원이 아닌 등장인물의 외모에 집중하는 사례가 발견되었음.
- 콘텐츠 구성과의 조화 측면에서 “관광지 상황 및 관광자원의 특성에 부합한 복장이나 동작으로 구성하고 있는가?”로 제시

3) 표현방식의 다양성

- 정부 홍보물 성별영향평가 점검지표인 ‘가족에 대한 고정 관념/편견’과 ‘성별 대표성 불균형’은 가족 유형 및 역할을 성별에 따라 고정하고 있고, 홍보물의 내레이션에서도 특정 성별만 출연하는 사례가 나타났음
- 이 두 가지 지표를 통합하여 “특정 집단에 편중되지 않고 가족구성과 계층 등이 다양한 유형으로 제시하고 있는가?”, “가족 내 역할을 성별에 따라 고정하지 않고 다양하게 제시하고 있는가?”, “홍보물이 내레이션으로 포함된 목소리에 성별, 연령별 다양성이 존재하는가?”로 제시

4) 성희롱 표현 유무

- 정부 홍보물 성별영향평가 점검지표인 ‘폭력에 대한 왜곡된 시각’은 언어적 표현에서 나타나고 있어 ‘성을 매개로 상대방의 의사에 반해 이뤄지는 모든 가해행위’인 ‘폭력’개념보다는 ‘성적 언행으로 상대방에게 불쾌감과 혐오감을 느끼게 하는 행위. 성적 언행에 거부하거나 불쾌감을 주는 행위’인 ‘성희롱’개념으로 한정하였음

- “관광활동 참여에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 원치 않은 육체적언어적시각적 행위로 이미지를 사용하거나 사진이나 영상을 통해 표현하는가?” 지표로 제시

〈표 2〉 지역관광 콘텐츠 양성평등 점검 지표(안) 및 점검 포인트(안)

구분	세부 지표	
등장인물 해석의 다양성	점검 지표	① 특정 성별의 고정된 이미지나, 등장인물의 성별로 외모, 복장, 동작 등을 한정하지 않고, 특정 성별에 관계없이 다양한 활동과 역량으로 해석하여 묘사하고 있는가?
	점검 포인트	<p><등장인물></p> <ul style="list-style-type: none"> · 남녀의 신체적 차이로 인해 성별로 다른 관광지나 관광자원을 소개하고 있는지 점검 · 관광활동 참여에 있어 성별에 따라 고정화된 역할이 있는지 점검 · 관광객의 동작, 복장 등이 특정성별에 따라 고정된 이미지로 사용하고 있는지 점검 · 관광활동 참여에 있어 신체적 특성을 과도하게 강조하거나 특정 신체부위를 부각하는 사진이나 영상을 제시하고 있는지 점검 <p><관광자원(역사적 인물 등)></p> <ul style="list-style-type: none"> · 관광자원 소개에 있어 성역할에 편중되어 있지 않고 관광자원이 갖고 있는 업적과 역량에 대해 묘사하고 있는지 점검
콘텐츠 구성요소간의 조화	점검 지표	① 관광지 상황 및 관광자원의 특성에 부합한 복장이나 동작으로 구성하고 있는가?
	점검 포인트	<ul style="list-style-type: none"> · 특정 성별이 관광활동 참여에 있어 관광지나 관광자원 소개와 무관하게 외모, 복장, 동작 등으로 묘사되고 있는지 점검 · 관광지나 관광자원을 소개하거나 관광활동 참여에 있어 특정성을 상품화하고 대상화하여 묘사하고 있는지 점검
표현방식의 다양성	점검 지표	<p>① 나레이터의 표현방식(홍보물이 내레이션으로 포함된 목소리 등)이 성별, 연령별 다양성이 존재하는가?</p> <p>② 특정 집단에 편중되지 않고 가족구성 및 계층 등이 다양한 유형으로 제시하고 있는가?</p> <p>③ 가족 내 역할을 성별에 따라 고정하지 않고 다양하게 제시하고 있는가?</p>
	점검 포인트	<ul style="list-style-type: none"> · 홍보물에 제시된 인물의 특정 성별이나 특정 연령에 과도하게 포함하거나 배제하고 있는지 점검 · 홍보물에 내레이션하는 인물의 성별과 연령이 균형감있게 등장하고 있는지 점검 · 관광활동 참여에 있어 노인, 임산부, 어린이, 장애인, 영유아동반자, 편부모, 조손가족, 대가족, 다문화가족, 1인가구 등 다양한 가족구성을 제시하고 있는지 점검 · 관광활동 참여에 있어 특정성별의 돌봄 등 제한적으로 묘사하고 있는지 점검
성희롱 표현 유무	점검 지표	<p>① 관광활동 참여에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 원치 않은 육체적 행위로 이미지를 사용하거나 사진이나 영상을 통해 표현하는가?</p> <p>② 관광활동 참여에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 원치 않은 언어적 행위로 이미지를 사용하거나 사진이나 영상을 통해 표현하는가?</p> <p>③ 관광활동 참여에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 원치 않은 시각적 행위로 이미지를 사용하거나 사진이나 영상을 통해 표현하는가?</p>
	점검 포인트	<ul style="list-style-type: none"> · 관광지나 관광자원을 소개하거나 관광활동 참여를 문구나 이미지, 영상으로 표현함에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 성적인 내용이 있는지 점검 · 관광지나 관광자원을 소개하거나 관광활동 참여에 있어 옷차림이나 행동, 언어사용, 대응 방식이 성범죄를 유발하는 내용을 암시하고 있는지 점검

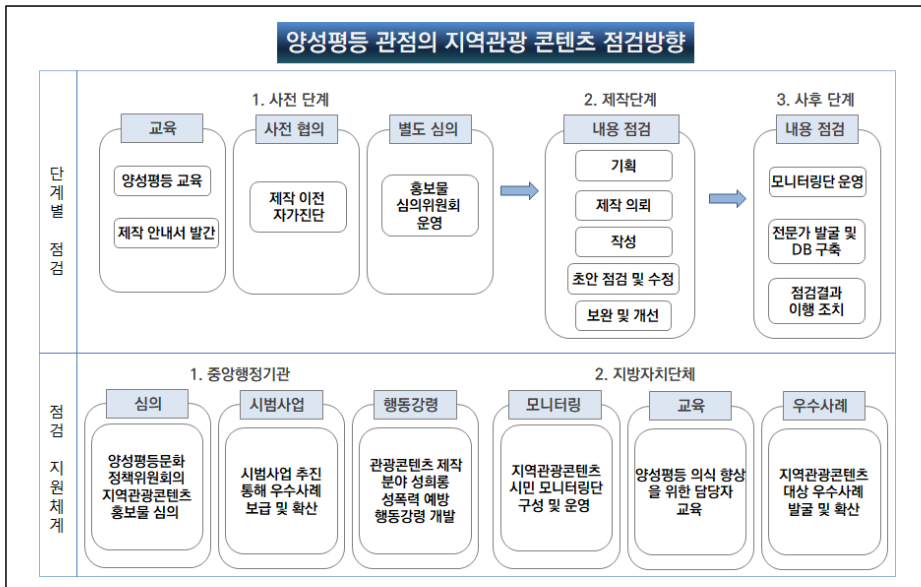
다. 점검 체계 방향

1) 기본 방향

- 지역관광 콘텐츠의 점검 체계를 개선하기 위해서는 기본 틀을 먼저 설정하고, 점검 목적, 대상, 단위, 대상 선정, 점검 및 이행조치 절차, 지원체계 등을 마련

〈표 3〉 점검 체계 기본 틀

구분	항목	주요 내용
점검체계	기본 틀	사업추진단계에 따라 3단계 점검(사전, 제작, 사후) 및 성별영향평가
	점검 목적	양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 기획 및 제작, 운영, 홍보
	점검 주체	자가진단을 원칙으로 하고, 우려사항 발생 시 전문가 모니터링
	점검 대상	지방자치단체의 지역관광콘텐츠(온라인·오프라인 홍보물)
	점검 단위	양성평등 관점의 지역관광콘텐츠 점검은 중앙부처 점검과 자가점검
	점검 대상 선정	자가점검 결과 미흡하다고 판단되는 지역관광콘텐츠
	점검 결과 이행조치	이행확인에 대한 내부통제 수단 및 시정조치 불이행시 독촉 규정을 마련하고 시정조치 이행 확인을 위한 상시점검체계 구축
점검 지원 체계	지방자치단체 대상 수요 조사하여 중앙단위 모니터링단 운영	



2) 단계별 점검 방향

- 지역관광 콘텐츠 내용 점검은 사전 단계, 제작 단계, 사후 단계로 구분하여 제시할 수 있음
 - 사전 단계에서는 양성평등 교육과 제작안내서를 발간하여 성인지 감수성을 제고하고, 제작이전 단계에서 성인지 지표 자가진단을 실시 또는 홍보물 심의위원회를 구성하여 운영
 - 제작 단계에서는 단계별로 기획-제작의뢰-작성-초안점검 및 수정-보완 및 개선
 - 사후 단계에서는 성인식 제고를 위한 캠페인과 내용 점검을 위해 성인지 지표 및 모니터링단을 운영. 지역별로 젠더전문가 및 관광전문가를 파악해서 전문 인력을 발굴하고 데이터베이스를 구축함. 또한, 홍보물의 이미지와 문구에 성 차별적인 요소가 있는지 검토가 필요한 경우에 한하여 성별영향평가를 실시

〈표 4〉 지역관광 콘텐츠 제작단계별 점검사항

범주	점검 사항	행정 조치 사항
① 기획 단계	<ul style="list-style-type: none"> - 전하고 싶은 내용은 무엇인가? - 전하고 싶은 대상은 누구인가? - 강조하고 싶은 점, 주장하고 싶은 점은 무엇인가?? 	<ul style="list-style-type: none"> - 지방자치단체 담당공무원 대상으로 성평등한 홍보물 제작을 위한 교육 실시 : 홍보물 제작 목적과 홍보물 제작 담당자 대상 정기적 교육과 기획에 대해 검토할 수 있는 방안을 마련
② 제작 의뢰 단계	<ul style="list-style-type: none"> - 위탁계약시 과업지시서에 자가진단표에 의거하여 작성하였는가? 	<ul style="list-style-type: none"> - 직접 제작하거나 또는 외부업체와 위탁 계약할 경우 '지역관광 콘텐츠 홍보물 자가진단표(점검지표)'를 작성
③ 작성 단계	<ul style="list-style-type: none"> - 남녀 쌍방에게 적절한 표현인가? - 남녀가 균형적으로 등장하고 있는가? - 성별 이미지를 고정화 한 표현(역할, 수, 크기)이 되어 있는가? - 남녀가 중심적, 한 쪽이 종속적인 존재로 묘사되고 있는가? - 성별로 공평성, 중립성이 결여된 표현은 없는가? - 타인의 시선을 끌기 위해 사용된 표현이 많은 사람들의 공감을 얻을 수 있는가? 	<ul style="list-style-type: none"> - '지역관광 콘텐츠 홍보물 자가진단표(점검지표)'를 작성 내용을 확인하고, 문제가 있는 경우 시정조치를 함
④ 초안 점검 및 수정단계	<ul style="list-style-type: none"> - 홍보물 완성본 초안을 양성평등 자가진단표에 맞게 제작하였는지 재확인 - 공모전(유튜브 공모전 등)의 경우 양성평등 관점의 지역관광 홍보물로 외부에 공개하기 전에 공모전 공고문에 양성평등 자가진단표를 점검하여 출품하도록 하고, 심사위원 구성시에는 특정 성별이 10분의 6을 초과하지 않도록 함 	
⑤ 보완 및 개선단계	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 개성을 표현하고, 위화감, 소외감이 없는 표현으로 되어 있는가? - 전하고 싶은 내용인가? 알기 쉽고 공감을 얻을 수 있도록 되어 있는가? 	

3) 점검지원 체계

- 지방자치단체 대상 수요 조사하여 중앙단위 모니터링단 운영하여 점검을 지원하고, 그 과정에서 빈번하게 발생하는 사항에 대해서는 점검 지표에 개선하여 반영하고, 가이드라인을 수정하여 배포하는 등 적극적인 점검 지원체계를 마련
 - 지방자치단체 지역관광 콘텐츠 담당자 대상 양성평등 및 성인지 교육, 지역관광 콘텐츠 제작자 대상 성인지 향상 프로그램 운영, 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검 실태조사, 모니터링 전문가의 모니터링 결과를 발표하고 공유할 수 있는 보고회나 워크숍을 개최 등
- 문화체육관광부는 지방자치단체와 협업하여 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 우수사례 확산을 위해 시범사업 추진
 - 지역관광 콘텐츠는 방대하고 가늠할 수 없기 때문에 특정시기 점검 대상을 정하여 수요자 관점의 접근과 이슈가 되고 있는 매체에 대한 점검. 이를 통해 지방자치단체의 지역관광 콘텐츠 기획 역량을 제고하고, 중앙정부는 행정적 지원 등 촉진자 역할을 수행
- 문화체육관광부는 관광콘텐츠 제작 분야 성희롱·성폭력 예방 행동강령 개발을 통해 관광콘텐츠 제작업계 종사자와 조직 등 이해관계자가 공감할 수 있는 행동강령 개발하여 보급
 - 지역관광 콘텐츠 제작 상황별·공간별 기준 등 콘텐츠 제작 작업 환경에 따른 맞춤형 행동강령을 개발하고, 단체 내 시범 적용·보완하도록 관리. 또한, 홍보물 등을 배포하고, 온·오프라인 행사 및 이벤트를 통한 행동강령 확산
- 지방자치단체는 '지역관광 콘텐츠 시민 모니터링단'을 구성·운영해 성역할 고정관념, 성차별적 요소 등이 담긴 지방자치단체 관광 홍보물을 발굴하고 그 사례를 공유해 재발 방지 및 관광활동에서의 양성평등 확산 기여
 - 시민 모니터링단의 역할은 지방자치단체 및 자치구, 산하기관, 투자출연기관이 제작하는 관광 홍보물 상시 모니터링 및 신고, 지방자치단체 양성평등 관련 정책 개인 운영 블로그, SNS 공유, 지방자치단체 관광홍보물에 관한 양성평등 정책 개선방안 제언 및 정책 제안 등

- 지방자치단체는 양성평등 의식 향상을 위한 양성평등 교육을 실시하는 방안을 추진
 - 성인지력 향상 교육은 관광정책의 수행자로서 공무원의 성 평등한 인식과 역량 강화 및 관광정책 실행의 과정에서 성인지적 관점의 중요성과 효과를 인식, 양성평등 의식 확산 기여
 - 성별영향평가 교육은 관광정책과 관광사업의 성별 조건을 고려, 성 형평성을 확보하기 위한 젠더 이슈 파악 및 성별영향평가 실무능력 함양, 성별영향평가 대상 법령, 예산, 사업 내용 및 수행방식 등에서의 정책개선 및 환류방안에 대한 실행력 강화
- 지방자치단체는 지역관광 콘텐츠 대상 양성평등 우수사례 발굴 및 확산 방안 추진
 - 지역관광 콘텐츠 점검지표와 점검 포인트를 통해 지역관광 콘텐츠를 점검하고, 성별, 연령별, 직업별, 가족 유형별로 관광활동에 있어 다양한 묘사와 재현이 이루어지고 있고, 지역관광 콘텐츠 표현방식에 있어서도 성별, 연령별로 균형감 있게 묘사하고 있는지 살펴보고 수범사례에 대해 공유하여 확산

6. 결론

- 최근 사회적으로 양성평등에 대한 관심과 요구가 증가하고 있지만, 지역관광정책에서 양성평등 관점이 어떻게 적용되어야 하는지에 대한 논쟁과 논의가 이루어지지 않고 있음
- '19년 특정성별영향평가 결과, 지역관광 콘텐츠 제작 및 활용 시 성인지 관점에서 점검 방안을 마련하도록 권고
- 본 연구에서는 이러한 문제점을 인식하고 정부홍보물 성별영향평가 점검지표를 토대로 기존 점검지표에서 설명할 수 없거나 불필요한 지표, 수정이 필요한 지표, 지역관광 콘텐츠의 특수성을 반영한 추가지표를 제안하여 양성평등 관점에서 점검지표를 개발하여 점검체계에서 점검지표가 제대로 작용할 수 있는 방안 마련하고자 하였음

- 연구 목적을 달성하기 위해 선행연구, 담당자 의견조사, 전문가 자문, 국내외 점검 지표 및 점검 포인트 사례 조사, 지역관광 콘텐츠 내용분석 등을 통해 지역관광 콘텐츠의 양성평등 실태 및 문제점을 파악하고 지역관광 콘텐츠 점검지표 및 점검 체계를 제시하였음
- 첫째, 점검지표는 ‘등장인물 해석의 다양성’, ‘콘텐츠 구성요소간의 조화’, ‘표현방식의 다양성’, ‘성희롱 표현 유무’ 등을 제시하였음
- 둘째, 양성평등 관점의 지역관광콘텐츠 점검체계 방향은 사전 단계와 제작 단계, 사후 단계로 구분하여 제시하였음

목차

제1장 서론	1
제1절 연구배경 및 목적	3
1. 연구배경	3
2. 연구 목적	5
제2절 연구범위 및 방법	6
1. 연구 범위	6
2. 연구 방법	8
제2장 양성평등 관점 이해와 지역관광 콘텐츠 점검 이슈	11
제1절 양성평등 개념 및 관련 정책	13
1. 양성평등 개념	13
2. 양성평등 관련 정책	17
제2절 양성평등 관점의 지역관광콘텐츠 점검 이슈	25
1. 관광콘텐츠 제작단계에서의 성인지 감수성 결여	26
2. 관광콘텐츠 점검 단계에서의 성역할 고정관념의 자의적 해석 우려	26
3. 관광콘텐츠 점검 단계에서의 관광콘텐츠의 성인지 감수성 판단 기준 모호	28
제3장 지역관광 콘텐츠 내용 분석	31
제1절 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 내용 분석	33
1. 분석 개요	33
2. 분석 방법	36
제2절 분석 결과	38
1. 성역할 고정 관념 및 편견	40
2. 성차별적 표현/비하/외모지상주의	42
3. 폭력에 대한 왜곡된 시각	43

4. 가족에 대한 고정 관념/편견	43
5. 성별 대표성 불균형	44
6. 소결	47
제4장 국내·외 성인지 관련 지표 사례 분석	51
제1절 분석 개요	53
1. 분석 개요	53
제2절 점검 지표 사례 분석	55
1. 국내 사례	55
2. 국외 사례	59
3. 소결	63
제5장 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검방안	65
제1절 기본 방향	67
제2절 지역관광 콘텐츠 점검지표 개선	69
1. 지표의 체계 개선	69
2. 세부 지표(안)	71
제3절 지역관광콘텐츠 점검체계 방향	78
1. 점검체계 기본 방향	79
2. 단계별 점검 방향	81
3. 점검 지원 체계	90
제6장 결론 및 제언	95
제1절 결론	97
제2절 정책 제언	100

참고문헌 / 103

ABSTRACT / 107

부록 / 109

1. 경상북도, 전라남도 모니터링 결과	111
2. 지방자치단체 담당자 의견조사	137
3. 일본의 지방자치단체 관광홍보물 개선 사례	140

표 목차

〈표 1-1〉 콘텐츠 유형	7
〈표 2-1〉 양성평등 관련 개념	15
〈표 2-2〉 '성인지' 관련 법 조문	17
〈표 2-3〉 '문화예술 분야 표준계약서'의 성인지' 관련 법 조문	20
〈표 2-4〉 문화체육관광부 성인지 예산서의 관광분야 현황	21
〈표 2-5〉 관광전문인력 양성 교육	22
〈표 3-1〉 분석 개요	33
〈표 3-2〉 분석자	34
〈표 3-3〉 분석 대상	35
〈표 3-4〉 분석 범주 설정	36
〈표 3-5〉 경상북도와 전라남도의 관광홍보물 내용 분석 결과 개선 사항	38
〈표 3-6〉 경상북도와 전라남도의 관광홍보물 내용 분석 결과 점검항목별 주요 특성	39
〈표 3-7〉 성역할 고정관념 강화	40
〈표 3-8〉 '여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견	41
〈표 3-9〉 성 차별적 표현/비하/외모 지상주의	42
〈표 3-10〉 폭력에 대한 왜곡된 시각	43
〈표 3-11〉 가족에 대한 고정관념/편견	43
〈표 3-12〉 성별 대표성 불균형	45
〈표 4-1〉 인권보도준칙의 '성평등 준칙'	55
〈표 4-2〉 방송통신심의위원회의 '양성평등 규정'	56
〈표 4-3〉 대중매체의 '양성평등 모니터링'	56
〈표 4-4〉 경기도 성평등 홍보물 제작 체크리스트	57
〈표 4-5〉 성평등 유럽기구의 '미디어 성평등 가이드라인'	59
〈표 4-6〉 성평등한 언어사용과 묘사 미니가이드	60
〈표 4-7〉 성 평등 및 성 묘사에 관한 지침	60
〈표 4-8〉 고가네이시의 성역할 고정관념적 표현의 유의사항	61
〈표 4-9〉 국내 사례 분석	63

〈표 4-10〉 국외 사례 분석	64
〈표 5-1〉 지역관광 콘텐츠의 양성평등 점검 방향	68
〈표 5-2〉 정부홍보물 성별영향평가 점검지표	70
〈표 5-3〉 지역관광 콘텐츠 양성평등 점검지표(안) 및 점검 포인트(안)	70
〈표 5-4〉 ‘등장인물 해석의 다양성’과 ‘콘텐츠 구성요소간의 조화’지표(안)	75
〈표 5-5〉 ‘성희롱 표현 유무’ 지표(안)	76
〈표 5-6〉 ‘표현방식의 다양성’ 지표(안)	77
〈표 5-7〉 양성평등 관점의 지역관광콘텐츠 제작 안내서(안)	84
〈표 5-8〉 기획단계 점검사항	86
〈표 5-9〉 지역관광 콘텐츠 제작단계별 점검사항	88
〈표 5-10〉 주체별 역할	93

그림 목차

[그림 1-1] 연구의 수행방법 및 과정	9
[그림 2-1] 양성평등의 이해	16
[그림 2-2] 정부부처별 성별영향평가	21
[그림 3-1] 대표인물을 남성으로 만 표현	49
[그림 3-2] 여성의 뒷모습 및 여성캐릭터의 여성성 표현	50
[그림 5-1] 양성평등 관점의 지역관광콘텐츠의 점검 방향	79

양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검방안 연구

제1장

서론

제1절 연구배경 및 목적

1. 연구배경

가. 사회적으로 양성평등에 대한 관심과 요구 증가

최근 여성폭력, 디지털 성범죄, 성별 갈등 혐오 등 사회 문제를 겪으면서 양성평등에 대한 관심과 요구가 어느 때 보다 높아지고 있다. 양성평등에 대한 사회적 관심이 높아졌다고 하지만 뉴스와 사건, 각종 통계에서 우리 사회의 성평등 문제는 지속적으로 발생하고 있다. 양성평등 사회로 가기 위해서 사회 구성원 모두가 양성평등에 대한 이해의 폭을 넓히고 변화를 이끌어 가는 주체가 돼야 하고, 지역 내 양성평등 전달체계가 구축되어야 한다.

나. 관광분야에서는 양성평등 관점 접근 부재

관광분야에서는 양성평등 관점에 접근이 이루어지지 않고, 관련 연구가 이루어지지 않고 있다. 지역관광 콘텐츠에서 나타나는 성별 편향성 등에 대한 체계적인 연구가 문화체육관광부 차원에서 수행되지 않고 있다. 무엇보다도 지역관광정책에서 양성평등 관점이 어떻게 적용되어야 하는지에 대한 논쟁과 논의가 이루어지지 않고 있다. 관광 전문인력 양성과정에 성인지 감수성¹⁾을 제고하는 교육프로그램을 이수하는 수준에 그치고 있다. 무엇보다도 관광 전문인력 양성과정은 정책입안자가 우선적으로 교육을 통해 양성평등에 대한 이해와 지역관광 콘텐츠에 대한 기획 및 운영방향에 대한 마인드가 형성되어야 한다.

1) 성인지감수성(Gender sensitivity)은 일상생활에서 성차별적 상황을 인지하는 능력이며 구체적으로 사회적으로 성차별에 의해 발생하는 문제들, 즉 젠더 이슈를 인지하고 그것을 극복할 수 있는 능력을 말한다. 특히 남성과 여성간의 서로 다른 사회적인 위치와 성역할로 인해 발생하는 차별에 대해 이해하는 능력과 함께 성별 간의 위계관계가 사회를 통해 학습된 결과임을 인지하고 변화를 위해 노력하는 태도까지 포함시키기도 한다(권희정, 2019).

지역관광 콘텐츠를 기획하고 제작하고 홍보하는 과정에서 양성평등 관점이 적용된 사례가 없고, 정부홍보물의 점검지표나 정책홍보주간을 통해 자가진단하고 있다. 따라서, 지역관광 콘텐츠 내용 분석을 통해 한계와 문제점을 진단 한 후, 향후 어떻게 점검 지표와 점검 체계를 개선해야하는가에 대해 심도 있는 논의가 필요한 시점이다.

다. 19년 특정 성별영향평가 결과 성인지 관점에서 점검 방안 마련 권고

'19년 특정성별영향평가 결과, 지역관광 콘텐츠 제작 및 활용 시 성인지 관점에서 점검 방안을 마련하도록 권고하였다(20.5월).

또한, 특정성별영향평가²⁾ 연구를 통해 서울시 안내표지 문안 100여개를 표본 조사한 결과, 여성 인물의 업적을 다룬 것은 2건에 그치는 등 성별 편향성이 나타났으며, 관광 안내 책자에는 남성은 직업 활동과 경제부양자 등 '바깥일'을, 여성은 가사와 육아 돌봄 등 '집안일'을 하는 사람이라는 전통적인 성역할 고정관념³⁾이 내포된 홍보물도 확인되고 있다. 지역에서 제작·배포하는 지역관광 관련 콘텐츠(온라인·오프라인 관광안내물 및 홍보책자, 관광안내판, 지역축제 조형물 및 프로그램 등)에 성별 역할 고정 관념 및 성인지 감수성이 부족한 내용이 포함되어 문제점으로 지적되고 있다. 특히, 성차별적인 문구나 이미지가 노출되기도 하고, 성 상품화 논란이 된 지역축제의 각종 미인대회는 성평등 문화 확산을 저해하고 있다.

라. 지역 관광 콘텐츠의 양성평등 실태파악을 통한 실질적인 점검방안 마련 필요

지역관광정책에서 양성평등 관점이 어떻게 적용되어야 하는지에 대한 논쟁과 논의가 없다보니 지역관광 콘텐츠의 실태 파악이 제대로 이루어지지 않고 있다. 정부홍보물 성별영향평가 점검지표를 토대로 기존 점검지표에서 설명할 수 없거나 불필요한 지표, 수정이 필요한 지표, 지역관광 콘텐츠의 특수성을 반영한 추가지표를 제안하여 양성평등

2) 특정성별영향평가: 양성평등 실현을 위해 개선이 필요한 중앙행정기관 및 지방자치단체 등의 정책을 특정하여 심층적으로 평가하고, 개선이 필요한 사항에 대해 해당기관에 개선을 권고하는 제도(성별영향평가법 제10조, 제11조)

3) 고정관념(stereotype)이란 어떤 집단 구성원들에 의해 공유되는 표준화된 정신 표상, 과도하게 단순화된 견해, 편견적 태도, 무비판적인 판단을 드러내는 것으로 볼 수 있다. 특히, 성에 관한 고정관념은 남녀라는 사회적 범주에 개인적 속성을 연결시키는 추론관계의 구조적 집합체이며, 동시에 특정 사회집단의 젠더 정체성을 구성하는 데에 지대한 영향을 미친다.

관점에서 점검지표를 개발하여 점검체계에서 점검지표가 제대로 작용할 수 있는 방안 마련이 필요하다.

2. 연구 목적

가. 지역관광 콘텐츠의 성인지 관점에서 점검 지표 및 점검체계 모색

본 연구의 목적은 지역관광 콘텐츠의 양성평등 및 성역할 고정관념 관점에서 중앙정부나 지방자치단체로 하여금 지역관광 콘텐츠를 점검할 수 있도록 하는 점검지표를 개발하는데 있다. 또한, 개발된 점검지표가 점검 체계 속에서 원활히 작용할 수 있도록 단계별 점검 방안을 모색하는데 있다.

첫째, 점검지표 개발은 양성평등 및 성역할 고정관념 관련 개념 정립, 성 주류화 제도 현황 및 지역관광 콘텐츠 내용 분석 결과를 토대로 주요 고려사항과 세부 지표를 제시한다.

둘째, 점검체계는 개발된 점검지표와 점검 포인트가 사전 단계 및 제작 단계, 사후 단계에서 점검사항 및 점검 이행 조치 결과를 실효성 있게 작동할 수 있도록 제시한다.

제2절 연구범위 및 방법

1. 연구 범위

가. 공간적 범위

공간적 범위는 국내를 중심으로 분석하였다.

나. 대상적 범위

문화산업진흥 기본법에서 정의하고 있는 “콘텐츠⁴⁾”란 부호·문자·도형·색채·음성·음향 이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보를 말한다. “문화콘텐츠”란 문화적 요소가 체화된 콘텐츠를 말한다. 행정안전부(2019)에서 발간한 ‘웹사이트 발주자·관리자를 위한 행정·공공 웹사이트 구축·운영 가이드’에서 ‘콘텐츠(contents)’를 웹사이트에서 디지털 형태로 제공하는 모든 정보라고 정의하고 있다.

콘텐츠라는 개념이 ‘미디어⁵⁾’에 담긴 정보나 내용물’에서 좀 더 확장되어 ‘콘텐츠화’될 수 있는 모든 것을 포함하는 추세로 가고 있다. 본래 콘텐츠는 그 의미상 기술미디어에 담겨 있는 유형의 콘텐츠 내용물을 지칭한다(강현철·류성진, 2014).

관광콘텐츠는 관광과 콘텐츠라는 추상적 개념의 결합을 실질화 하는 용어로서 관련 언어와의 융합으로 매우 다양하게 나타날 수 있다(강현철·류성진, 2014). 게임·영상·방송 등 문화 전 분야에서 활발히 쓰이고 있는 ‘콘텐츠’용어를 관광 정책에 활용함에 있어 기존 산업과 정책에서 해석되고 있는 의미와 상이하거나 충돌하지 않으면서도 관광 고

4) 콘텐츠(contents): 「명사」 『정보·통신』 인터넷이나 컴퓨터 통신 등을 통하여 제공되는 각종 정보나 그 내용물. 유·무선 전기 통신망에서 사용하기 위하여 문자·부호·음성·음향·이미지·영상 등을 디지털 방식으로 제작해 처리·유통하는 각종 정보 또는 그 내용물을 통틀어 이른다(국립국어원 표준국어대사전)

5) 미디어(media): 「명사」 어떤 작용을 한쪽에서 다른 쪽으로 전달하는 역할을 하는 것(국립국어원 표준국어대사전)

유의 특성과 어우러질 수 있는 개념정립이 요구된다(이훈·황영주, 2017).

지역관광 콘텐츠의 유형은 테마, 가공유형, 유통채널에 따라 구분할 수 있고, 본 연구에서는 본래의 콘텐츠 개념인 '미디어에 담긴 정보나 내용물' 대상으로 진행하고자 한다.

〈표 1-1〉 콘텐츠 유형

콘텐츠 유형	내용
테마	• 역사문화관광, 특산물, 교육문화, 축제이벤트, 디자인, 음식문화, 농산어촌, 시설, 일반상품 등
가공 유형	• 오프라인-책자, 브로슈어, 리플렛, 지도 • 온라인-사진, 동영상, 내레이션, 애니메이션, VOD, VR, E-book 등 디지털 콘텐츠
유통 채널	• 온라인매체-웹사이트, 스마트폰, 태블릿PC, 스마트TV, 무인정보안내시스템, IPTV • 방송매체-공중파TV, 케이블TV • 인쇄매체-신문, 잡지, 각종 홍보인쇄물 • QR코드-오프라인과 온라인 연결매체

자료: http://www.kcntc.com/renewal/sub05_01.asp?step1=5&step2=1

관광콘텐츠는 콘텐츠가 내용물을 의미함을 고려할 때, 다양한 형태의 관광에 활용되는 각종 소재로서 관광자원 및 관광매력물의 역할을 하기 이전의 모든 내용물에서부터 현재 관광자원과 매력물의 역할을 하는 중심적 소재에 이르는 것으로 규정할 수 있다(최지연, 2007, 류정아, 2018). 본 연구에서는 관광콘텐츠를 관광에 활용되는 다양한 형태의 관광자원 및 관광자원으로 역할을 할 수 있는 각종 소재들로, 지역관광 콘텐츠 범위는 본래의 콘텐츠라는 개념을 적용하여 '미디어에 담긴 정보나 내용물'로 특정하고, 특정성별영향평가에서 명시한 온·오프라인 관광안내물 및 홍보책자로 한정한다.

다. 내용적 범위

연구의 내용적 범위는 다음과 같다.

첫째, 지역관광 콘텐츠의 양성평등 실태 및 문제점을 분석하였다.

둘째, 지역관광 콘텐츠의 양성평등 관련 정책 추진 실태 및 국내·외 사례 분석을 통하여 시사점을 도출하였다.

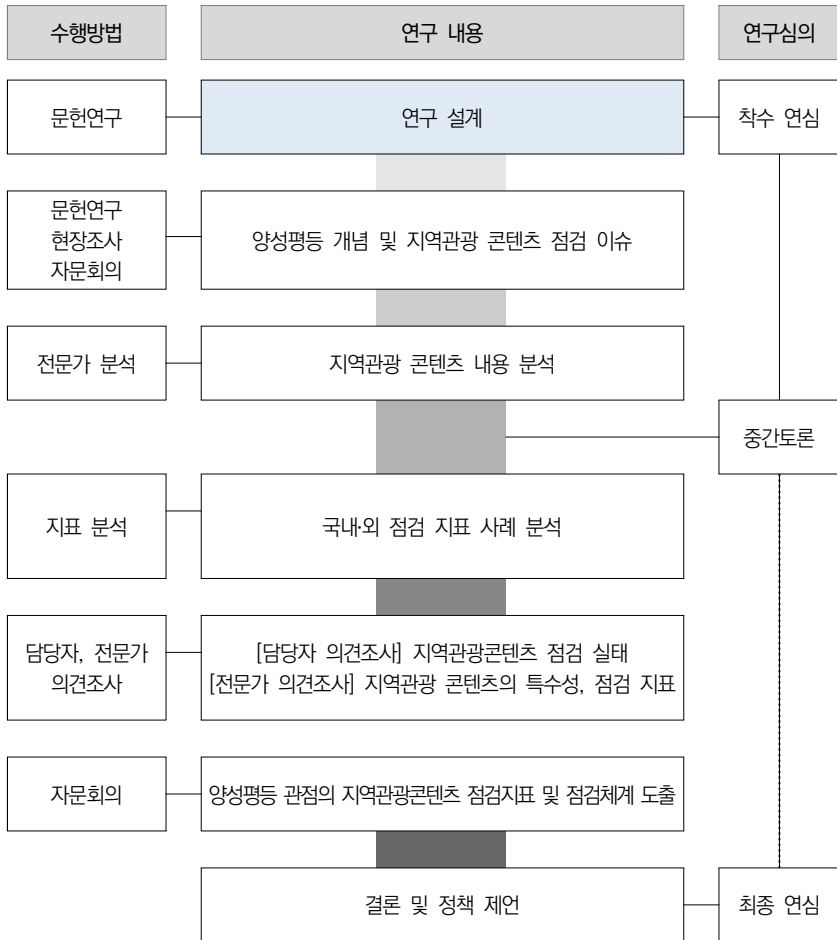
셋째, 지역관광 콘텐츠의 양성평등 관련 지방자치단체 담당자 및 전문가 의견을 수렴하였다.

넷째, 양성평등 관점이 반영된 지역관광 콘텐츠 점검방향 및 개선과제를 도출하고, 점검방안을 제시하였다.

2. 연구 방법

본 연구는 문헌연구, 지역관광 콘텐츠 내용 분석, 국내·외 사례 분석, 지방자치단체 담당자 인터뷰, 전문가 자문 등 다양한 연구방법을 활용하여 추진하였다. 첫째 문헌연구는 양성평등 및 성인지 감수성 관련 문헌 및 점검지표와 점검 포인트 등의 보고서를 토대로 양성평등 개념과 지역관광 콘텐츠 점검 이슈 내용을 분석하고자 하였다. 둘째, 지역관광 콘텐츠 내용분석은 젠더 전문가 및 관광전문가를 활용하여 정부홍보물의 성별영향평가 점검지표에서 설명할 수 없거나 불필요한 지표, 수정이 필요한 지표, 지역관광 콘텐츠의 특수성을 반영한 추가지표 등을 개발하는데 시사점을 찾고자 하였다. 셋째, 점검지표 개발을 위한 사례 분석은 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검 지표와 점검체계 마련에 있어서 유사 점검 지표와 점검사항을 구체적으로 제시하는 점검 포인트를 가지고 점검체계 안에서 관리할 수 있는 시사점을 도출하고자 하였다. 넷째, 지방자치단체 담당자 인터뷰 및 전문가 자문을 통해 도출한 쟁점사항을 중심으로 실효성 있는 점검 지표와 점검 체계를 마련하고자 하였다.

[그림 1-1] 연구의 수행방법 및 과정



양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검방안 연구

제2장

양성평등 관점 이해와 지역관광 콘텐츠 점검 이슈

제1절 양성평등 개념 및 관련 정책

1. 양성평등 개념

가. 젠더(Gender)

젠더(Gender)는 가부장적 사회의 불평등한 권력관계 속에서 구성된 여성과 남성의 역할, 여성과 남성의 관계, 여성과 남성에게 적절하다고 간주되는 일련의 특질 및 행동 등을 뜻한다. 젠더 인식(Gender Aware)은 사회가 규정하는 젠더 역할과 관계를 볼 수 있는 능력과 그것이 미치는 영향을 이해하는 능력이다.

사회로부터 부여받은 규범, 행동, 관계 등의 사회적으로 구성된 특성. 대부분의 사회가 젠더를 남성과 여성의 이분법적으로 구분하지만, 태어난 성 별 여부는 고려하지 않는다. 젠더를 이분법적 개념이 아닌 스펙트럼(범주)의 개념으로 받아들이는 문화가 늘어날수록 젠더에 관한 정의는 계속해 진화할 것이다(Definition adapted from World Health Organisation: <https://www.who.int/health-topics/gender>).

양성평등(Gender equality)은 양성이 삶의 모든 영역에서 동등한 참여를 보장받고 동등한 지위와 인간적 권리를 누리며 잠재력을 구현할 수 있는 조건을 보유하는 것을 의미한다.

나. 성인지 감수성(Gender Sensitivity)

성인지 감수성은 1990년대 말에 등장한 새로운 개념으로서 성 인지력, 성인지 감수성, 젠더 감수성 등으로 다양하게 불리면서 아직 합의된 정의가 존재하지 않는다. 성인지 감수성이란 성과 관련한 이슈를 감지하는 능력으로서 성차별로 인해 일어나는 문제 그 차이들이 미치는 영향 등을 인지하는 것 즉 성차별과 성의 불평등을 인지하는 광범위한 능력을 말한다.

성인지란 ‘사회 모든 영역에서 법령, 정책, 관습 및 각종 제도 등이 여성과 남성에게 미치는 영향을 인식하는 능력’을 의미한다. European Institute for Gender Equality(2016)에 의하면 성인지 감수성은 사적생활의 다양한 영역에서 성별에 따른 배제와 차별과 관련된 사회·문화적 요인을 이해하고 고려하는 것이라고 하였다. 성인지 감수성이란 “어떤 현실이 마치 객관적이고 중립적인 것처럼 보이지만, 실제로 남성 중심적 사고방식과 사회문화 구조로 인하여 발생하는 성별 간 불균형에 대하여 이해와 지식을 갖추 일상생활 속에서 성차별적 요소를 감지해 내는 민감성, 이를 개선하려는 의지를 포괄하는 개념”으로 정리할 수 있다(문영화, 2019). 즉, 발생한 사건의 내용과 피해를 보는 것도 중요하지만 무엇보다 “왜 발생하였을까”라는 의문으로 접근할 수 있는 능력이기도 하다.

일반적으로 ‘성인지 감수성’ 내지 ‘성인지적 관점’이란 여성과 남성이 생물학적, 사회문화적 경험의 차이에 의해 다른 이해나 요구를 가지고 있다고 보고, 특정 개념이 특정 성(性)에게 유리하거나 불리하지 않은지, 성역할 고정관념이 개입되어 있는지 아닌지를 검토하는 관심과 태도를 의미한다. 즉, 여성과 남성의 사회문화적 차이로 인한 삶의 현실을 이해하고, 그로부터 비롯되는 요구의 차이를 인식하며, 성별 불평등에 대한 민감성을 통해 궁극적으로는 이를 해결 하고자 하는 양성 평등한 대안을 도출하기 위한 것이다(전길양 외 5인, 2015).

다. 양성평등 개념(Gender equality)

양성평등기본법에서 양성평등은 다음과 정의하고 있다. “양성평등”이란 성별에 따른 차별, 편견, 비하 및 폭력 없이 인권을 동등하게 보장받고 모든 영역에 동등하게 참여하고 대우받는 것을 말한다. 요컨대 성별에 관계없이 동등하게 인권을 보장받고, 모든 영역에 동등하게 참여하고 대우받는 것을 의미한다. 양성평등은 개인의 존엄과 인권의 존중에 바탕을 두고 있다. 즉 「개별 인간으로서의 가치」가 양성평등의 이념적 전제가 된다. 여기서 가치는 「존재(Being)」 그 자체로서의 가치와 일정한 「기능(역할, Doing)」에 따른 가치를 포함한다. 따라서 양성평등의 구체적인 구현 형태는 「차별금지」와 「동등한 참여·대우 보장」으로 나타난다(음선희, 2018).

양성평등은 학문분야나 정책목표에 따라 다양한 관점으로 이해되고 있으며, 생물학적 개념으로서의 성(sex)뿐만 아니라 사회적 성(gender)을 포함하는 상위 개념으로서의 성

평등과 구분되는 개념으로 쓰이기도 한다(설진배, 2017).

양성평등 개념은 생물학적 성(Sex)과 사회적 성(Gender), 성적인 것(Sexuality)로 구분한다. 남녀 간에는 생물학적 차이(Sex)가 있으나, 기본적 권리나 의무, 인격 등의 측면에서 남녀가 동등하다는 것이 양성평등이라고 할 수 있다. 성차별을 극복해야 하는 이유도 그것이 인간의 기본 권리를 침해하고 개인이 공정하게 능력을 발휘할 기회를 가로막기 때문이다.

젠더와 섹슈얼리티 사이의 연관성은 다음과 같다. 성별 불평등은 한 개인의 어떤 특질로 그친 채 젠더의 형식을 취한다. 그것은 사람들 간에 어떤 관계로 작동하면서 섹슈얼리티의 형식을 취한다. 젠더는 남녀 간에 불평등한 성애화를 나타내는 고정된 형식으로 등장한다(Gatharine, 1987).

젠더 갈등의 주된 원인 중 하나는 성별 불평등이며 이것은 성 역할 고정관념에서 초래된 것이다(이은선·전미경, 2019). 남성과 여성이 근본적으로 다르다는 인식이 지배적일 때 성 역할 고정관념은 더욱 강화되며 그 결과 여성이 가정과 사회에서 실질적 양성평등을 실현하는데 한계로 작용한다(Walby, 2005). 남성이 해야 할 역할과 여성이 해야 할 역할에 대한 성 역할 고정관념이 사회 깊숙이 뿌리박혀 있는 한 남성과 여성에 대한 사회적 의식 변화가 어렵고 따라서 어떠한 노력에도 양성평등적 행동으로 이어지지 않기 때문이다(이승주·이소민, 2017). 그러므로 이를 위해서는 먼저 성 역할을 강요하는 제도 및 사회적 분위기의 개선과 함께 성 불평등적 인식의 타파를 내재화해야 한다. 또 젠더에 대한 올바른 인식이 선행되어야 할 것이다(이승주·이소민, 2017).

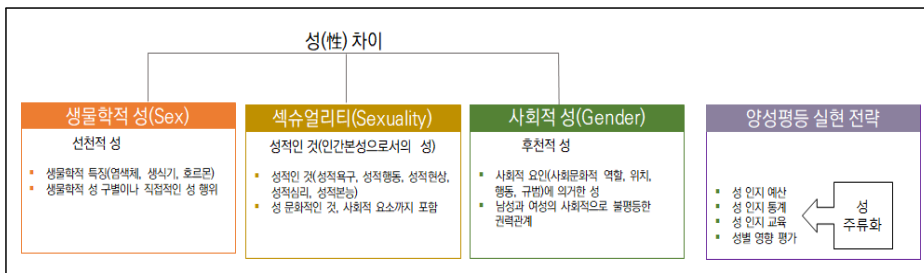
〈표 2-1〉 양성평등 관련 개념

개념	내용
생물학적 성(Sex)	<ul style="list-style-type: none"> • 생물학적 성(sex) 은 염색체, 재생산, 호르몬, 그 외 생리적 조건과 같은 신체적 특징과 관계가 있다. 출생의 순간에서부터 생물학적 특징들은 여성과 남성을 구분 짓는다. • 생물학적 성은 본질적이고 불변이다. • 그러나 사회에서는 생물학적 차이가 남성과 여성의 사회적 지위나 능력의 차이를 낳는 원인으로 여기는 경향이 있다
사회적 성(Gender)	<ul style="list-style-type: none"> • '생물학적 성 (sex) '과 구분되는 "사회적 성 (gender) "은 상대적으로 새로운 개념이다 • 사회적 성은 생물학적으로 결정되는 것이 아니라 해당사회 속에서 만들어지는 남성과 여성과 관련된 사회적, 문화적, 그리고 심리적 특성들을 말한다 • 공적 시적 삶에서 여성과 남성에게 부여되고 기대되는 역할이나 책임이 있다 • 사회적 성은 단지 여성과 남성에게 기대되는 역할, 태도, 행동뿐 아니라 우세한 남성과 삶의 모든 영역에서 종속을 받아들이도록 기대되는 여성의 불평등한 권력관계를 포함한다

개념	내용
	<ul style="list-style-type: none"> 남성에 의해 수행되는 업무, 역할, 기능들은 여성들이 수행하는 것보다 높게 평가된다. 남성은 전체 사회의 기준으로 여겨지며, 이는 정책과 사회 제도에 반영되어 의도하지 않게 남성과 여성 간의 불평등을 재생산한다
성역할 (gender role)	<ul style="list-style-type: none"> 남성과 여성이 사회에서 바람직하다고 여겨지는 남녀의 태도와 행동들이다 많은 사회에서 남성은 강하고 독립적이며 객관적이라고 생각하는 반면 여성은 양보심과 인내심이 많으며, 의존적이고 감성적인 면을 드러내도록 길러지며 그러한 특징을 고양시킨다 거의 모든 사회에서 생계부양자와 생산적 일꾼으로서의 남성, 아내이자 어머니인 피부양자로서의 여성이라는 선입관이 만들어져왔다 그러나 성역할은 사회화를 통해 학습된 것이기 때문에 변화될 수 없는 것이 아니다. 성역할은 사회, 문화, 계층, 연령, 역사적 시기에 따라 다르게 나타난다
성별요구 (Gender needs)	<ul style="list-style-type: none"> 성인지적 정책형성을 위해서는 성별요구에 민감해야 한다. 성별요구는 실질적 요구와 전략적 요구로 나눌 수 있다 실질적 요구는 단기적이며 즉각적인 요구로서, 전통적인 성역할에서 나오는 것이다. 상수도, 모성보호나 육아시설, 기술습득 등을 예로 들 수 있다. 이러한 요구가 충족된다고 해서 남성과 여성의 불평등한 관계가 개선되지는 않는다 전략적 젠더요구는 장기적이며 전통적인 성역할을 변화시키는 것과 관련되어 있다. 예를 들면 가정폭력방지법이나 쉼터, 가정폭력 가해자의 선도 및 교육, 균등한 고용기회, 남녀 모두에게 육아휴직을 사용해 하는 것과 같이 전통적인 성역할을 변화시킬 수 있는 것들이다 우리가 성인지적 정책이라고 했을 때는 전통적인 성역할을 수용하면서 이를 강화하는 것이 아니라 남성과 여성이 평등한 관계를 지향하는 정책을 말한다
성인지적 (Gender-sensitive)	<ul style="list-style-type: none"> 젠더 차이를 고려하고 다루는 것을 말한다. 여성과 남성은 다른 이해나 요구를 가지고 있다고 보면서 특정 개념이 특정 성에게 유리하거나 불리하지 않은지, 성역할 고정 관념이 개입되어 있는지 아닌지를 분석, 시정할 수 있도록 하는 안목과 기술적 능력을 말한다
성 고정관념 (Gender stereotype)	<ul style="list-style-type: none"> 어떤 행동이 남녀와 관련된 행동이라고 받아들이는 것, 또는 그 행동을 남성적이거나 여성적 행동에 적합한 것으로 간주하려고 하는 것을 뜻한다

자료: 여성부(2001), 성인지적(性認知的) 정책형성을 위한 안내서, 김들순 외 3인(2014), 주요 분야 성별영향분석평가 정책개선 가이드 개발, 한국여성정책연구원

[그림 2-1] 양성평등의 이해



자료: 마경희 외 4인(2018), 양성평등교육자료집 토대로 연구자 작성

2. 양성평등 관련 정책

가. 성 주류화 제도

성 주류화⁶⁾ 제도는 양성평등기본법 제14조(성 주류화 조치), 제15조(성별영향평가), 제16조(성인지 예산), 제17조(성인지 통계), 제18조(성인지 교육)에 근거 규정을 두고 있다. 국가재정법은 성인지 예산서⁷⁾ 작성에 대해 규정하고 있으며(국가재정법 제26조), 이 규정들에 근거하여 정부와 지방자치단체 등은 성인지적 관점에서 정책을 수립하고 실시할 의무가 있다. 대법원 판례(2017두74702)에 “법원이 성폭행 성희롱 사건의 심리를 할 때에는 그 사건이 발생한 맥락에서 성차별 문제를 이해하고 양성평등을 실현할 수 있도록 ‘성인지 감수성’을 잃지 않도록 유의하여야 한다.”고 처음으로 성인지 감수성을 언급하였다. 즉, 증언의 구체성·일관성과 현장에서의 진술 태도, 정황 증거들을 최대한 종합해서 판단해야 한다는 것이다.

지방재정법에서도 지방자치단체의 장은 예산이 여성과 남성에게 미칠 영향을 미리 분석한 보고서인 “성인지 예산서”(性認知 豫算書)를 작성하여야 하고, 예산안에는 성인지 예산서가 첨부되어야 한다고 규정하였다.

성별영향평가법에서는 중앙행정기관의 장 및 지방자치단체의 장은 제정·개정을 추진하는 법령과 성평등에 중대한 영향을 미칠 수 있는 계획 및 사업 등에 대하여 성별영향평가를 실시한다고 하였고, 여성가족부장관은 특정성별영향평가의 결과 성평등 실현을 위하여 필요하다고 인정하는 경우 관계 중앙행정기관의 장, 지방자치단체의 장 및 공공기관의 장에게 법령, 정책, 사업의 개선을 권고하거나 의견을 표명할 수 있다고 하였다.

〈표 2-2〉 ‘성인지’관련 법 조문

구분		내용
양성 평등 기본 법	성인지 예산	• 국가와 지방자치단체는 관계 법률에서 정하는 바에 따라 예산이 여성과 남성에게 미치는 영향을 분석하고 이를 국가와 지방자치단체의 재정운용에 반영하는 성인지(性認知) 예산을 실시하여야 한다(양성평등기본법 제16조 제1항).
	성인지 통계	• 국가와 지방자치단체는 인적(人的) 통계를 작성하는 경우 성별 상황과 특성을 알 수 있도록 성별로 구분한 통계(이하 이 조에서 “성인지 통계”라 한다)를 산출하고, 이를 관련 기관에 보급하여야 한다(양성평등기본법 제17조 제1항).

6) 성 주류화 조치는 국가와 지방자치단체가 법령의 제정·개정 및 적용·해석, 정책의 기획, 예산 편성 및 집행, 그 밖에 법령에 따라 직무를 수행하는 과정에서 성평등 관점을 통합하는 것

7) 성인지 예산제도는 예산이 여성과 남성에게 미치는 영향을 분석하고, 이를 재정운용에 반영하는 ‘분석서’임

구분		내용
	성인지 교육	• 국가와 지방자치단체는 사회 모든 영역에서 법령, 정책, 관습 및 각종 제도 등이 여성과 남성에게 미치는 영향을 인식하는 능력을 증진시키는 교육(이하 "성인지 교육"이라 한다)을 소속 공무원 등에게 실시하여야 한다(양성평등기본법 제18조 제1항).
성별 영향 평가 법	성별영향 평가	• 중앙행정기관의 장 및 지방자치단체의 장은 제정·개정을 추진하는 법령과 성평등에 중대한 영향을 미칠 수 있는 계획 및 사업 등에 대하여 성별영향평가를 실시한다(성별영향평가법 제5조 제1항)
	정책 등 개선 권고 및 의견 표명	• 여성가족부장관은 제10조에 따른 특정성별영향평가의 결과 성평등 실현을 위하여 필요하다고 인정하는 경우 관계 중앙행정기관의 장, 지방자치단체의 장 및 공공기관의 장에게 법령, 정책, 사업의 개선을 권고하거나 의견을 표명할 수 있다(성별영향평가법 제11조 제1항)
국가 재정 법	성인지 예산서의 작성	① 정부는 예산이 여성과 남성에게 미칠 영향을 미리 분석한 보고서["성인지(性認知)예산서"]를 작성하여야 한다. ② 성인지 예산서에는 성평등 기대효과, 성과목표, 성별 수해분석 등을 포함하여야 한다(제26조)
지방 재정 법	성인지 예산서의 작성·제출	① 지방자치단체의 장은 예산이 여성과 남성에게 미칠 영향을 미리 분석한 보고서["성인지 예산서"(性認知 豫算書)라 한다]를 작성하여야 한다. ② 「지방자치법」 제142조에 따른 예산안에는 성인지 예산서가 첨부되어야 한다(제36조의2)

자료: 연구자 작성

성별영향평가법은 국가 및 지방자치단체의 정책에 대한 성별영향평가에 관하여 기본적인 사항을 정하여 정책의 수립과 시행에서 성 평등을 실현하는 것을 목적으로 한다. “성별영향평가”란 중앙행정기관의 장 및 지방자치단체의 장이 정책을 수립하거나 시행하는 과정에서 그 정책이 성평등에 미칠 영향을 평가하여 정책이 성 평등의 실현에 기여할 수 있도록 하는 것을 의미한다. 즉, 성별영향평가는 사업을 추진할 때 양성 모두에게 고른 수혜가 갈 수 있도록 분석·평가하는 제도를 의미한다. 성별영향평가법에 의거하여 중앙성별영향평가위원회와 지방성별영향평가위원회를 중앙부처와 지방자치단체에서 설치할 수 있도록 하였고, 교육과 자문, 정보수집 및 전문 인력 양성을 할 수 있도록 명문화하였다.

성별영향평가의 주무부처는 여성가족부이고 관련 지침을 제공하여 광역지방자치단체로부터 종합결과를 받도록 하고 있다. 행정안전부에서는 공공 웹사이트 표기오류, 부실한 정책정보 제공 등 정책홍보 문제 사례 발생과 관련하여 관계부처에서 합동으로 마련한 「공공 웹사이트 및 홍보콘텐츠 관리 개선 방안」에 따라 2,5,8,11월 마지막 주를 「정책정보 확인주간」으로 운영하여 홍보콘텐츠 및 공공웹사이트에 대한 주기적 점검을 추진하고 있다. 정책정보 확인주간의 주요 내용은 공공웹사이트 대표 홈페이지, SNS 등

홍보매체에 게재된 홍보물 점검, (온라인) 카드뉴스, 영상 등 / (오프라인) 포스터, 리플릿 등이다. 점검항목으로는 감수성 및 수용성 항목에 양성평등 및 성역할 점검이 있고, 항목별 오류사항, 미비사항 발견 시 즉시 수정 조치하도록 하고 있다. 점검항목은 성별 영향평가를 활용하여 양성평등, 성역할 등을 점검하는 것으로, 성역할 고정관념⁸⁾ 및 편견, 성차별적 표현/비하/외모지상주의, 폭력에 대한 왜곡된 시각, 가족에 대한 고정 관념/편견, 성별 대표성 불균형 등이다.

2020년 중앙행정기관과 지방자치단체 각 기관은 법령과 사업 등 총 29,906건에 대해 성별영향평가를 실시해 8,528건의 개선계획을 수립하고, 이 중 3,811건을 개선 완료하였다. 다수 부처와 관련되고 사회적 파급효과가 크며, 국민생활에 밀접히 연관된 주요 정책을 양성평등 관점에서 분석검토하는 특정 성별영향평가를 통해서도 정책 개선이 이루어졌다. 문화체육관광부는 숙박업소 등 한국관광품질 인증업소를 대상으로 불법 촬영을 예방할 수 있는 자가진단 컨설팅과 온라인 교육을 지원하는 등 성범죄 방지 조치를 강화하였다.

문화체육관광부는 성별영향평가법에 의거하여 양성평등문화정책위원회와 양성평등정책관 등 전담부서를 두고 운영하고 있다. 양성평등 문화정책위원회 운영규정은 문화예술(종무 분야를 포함)·콘텐츠·미디어·체육·관광 등 문화체육관광부 소관 정책 분야별로 성 평등관점이 통합된 정책을 수립하기 위하여 성 평등 문화정책위원회 및 성 평등 문화정책 실무협의회의 구성·운영 등에 관하여 필요한 사항을 규정함을 목적으로 하고 있다.

양성평등 문화정책위원회는 양성평등 문화정책의 중장기 계획의 수립 및 시행 등에 관한 사항, 연도별 양성평등 정책 주요업무계획 및 여성정책기본계획에 관한 사항, 성별 영향평가, 성인지 교육 등 정책의 성 주류화 강화에 필요한 사항, 양성평등 문화정책사업의 성과에 관한 종합분석 및 평가에 관한 사항 등을 심의한다.

하지만, 문화체육관광부는 문화예술 체육 등 성희롱·성폭력 신고센터를 운영하고 있지만, 관광분야에는 아직 운영하고 있지 않다.

또한, 미술·공연·출판 등 6개 분야의 표준계약서에 성폭력, 성희롱을 방지하고 성폭력, 성희롱을 당한 경우 계약을 해지하도록 성희롱 예방사항을 명문화하였다.

8) 성역할 고정관념은 남성과 여성을 구분하여 성별로 다른 사회적 역할을 기대하는 특정 사회나 문화가 가지고 있는 사고방식이나 신념이다.

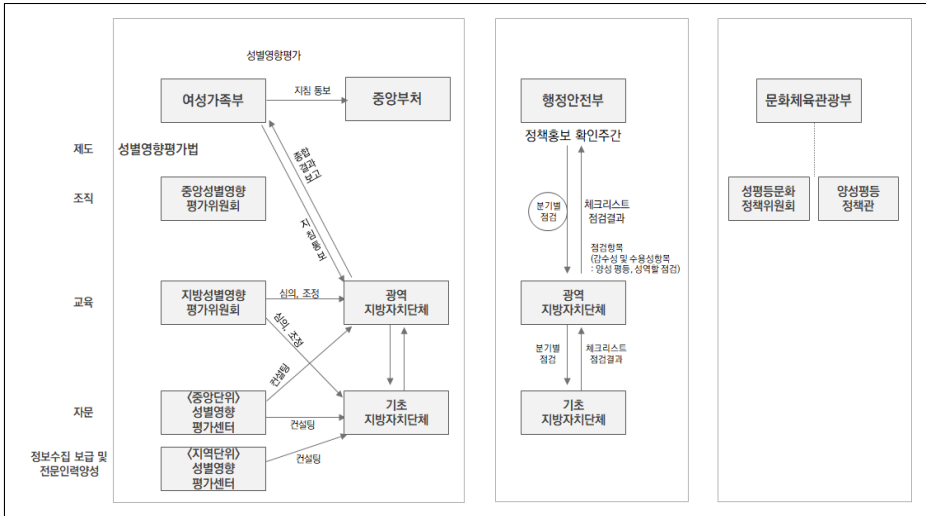
〈표 2-3〉 ‘문화예술 분야 표준계약서’의 성인지’ 관련 법 조문

구분		내용
미술 분야	성폭력, 성희롱 등 방지	<ul style="list-style-type: none"> ① 당사자는 성폭력, 성희롱 그밖에 성범죄를 예방하기 위해 노력하고, 상대방이 가지는 신체에 대한 자기결정권을 존중하여야 한다. ② 당사자는 형법, 성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법, 성폭력방지 및 피해자보호 등에 관한 법률을 비롯하여 법률상 규정된 성폭력, 성희롱 그밖에 성범죄를 저질러서는 아니 된다.
	계약 해지	<ul style="list-style-type: none"> • 당사자는 상대방으로부터 성폭력, 성희롱 그밖에 성범죄를 당한 경우 즉시 계약을 해지할 수 있다
공연	피해 구제	<ul style="list-style-type: none"> • 제11조 (성희롱 등 피해구제) ① 제작자(제작자의 대표, 임직원, 자문·기획위원 등 명칭을 불문하고 출연자를 지휘·감독하는 지위에 있는 자를 포함한다) 및 실연자가 상대방의 성폭력·성희롱 행위로 정상적인 업무를 수행하기 어려운 경우 제10조 제1항에 따라 계약을 해지하고 그에 대한 손해배상을 청구할 수 있다. ② 위 제1항에 따른 성폭력·성희롱 행위가 발생한 경우 피해자는 계약의 해지 여부와 관계없이 국가인권위원회에 진정하거나 문화체육관광부 장관에게 신고하여 분쟁을 해결할 수 있다.
		<ul style="list-style-type: none"> • 제9조(근로자의 의무) ⑥ 근로자는 직장 내 성희롱, 성폭력이 발생하지 않도록 노력하여야 한다.
출판	근로자 의무	<ul style="list-style-type: none"> • 제9조(근로자의 의무) ⑥ 근로자는 직장 내 성희롱, 성폭력이 발생하지 않도록 노력하여야 한다.
	계약의 해제 또는 해지	<ul style="list-style-type: none"> • 기획·제작사 또는 협력사에 소속된 자가 본 계약과 관련된 구성원들에게 성폭력, 성추행, 성희롱 그밖에 성적인 범죄를 저질러 계약의 이행에 지장을 초래한 경우
애니메이션	관리 책임	<ul style="list-style-type: none"> • 제15조 관리책임 ① 양 당사자는 “본 계약”의 이행에 참여하는 구성원들의 성폭력, 성희롱 등 성범죄를 예방하기 위한 교육 및 관리감독에 대한 책임과 의무를 진다.

자료: 각 분야별 표준계약서의 성희롱 등 관련 문구 연구자 작성

지역관광 콘텐츠는 행정안전부의 정책홍보 확인주간을 통해 분기별로 인스타그램, 페이스북, 유튜브 등 SNS 점검을 하고 있다. 결국, 지역관광콘텐츠를 생산하는 광역지방자치단체 및 기초지방자치단체의 점검이 중요한데, 행정안전부의 정책홍보 확인주간은 관광분야는 SNS점검 중심이고, 사업담당자가 체크리스트를 활용해서 직접 점검하는 방식이라, 지역관광 콘텐츠의 다양한 수단들을 전문가가 아닌 비전문가가 자율점검 형식으로 이루어질 수밖에 없는 한계가 있다. 따라서, 보다 적극적인 조치로, 중앙부처 단위에서 전문가 그룹의 지역관광 콘텐츠 점검 및 컨설팅이 필요하다.

[그림 2-2] 정부부처별 성별영향평가



자료: 연구자 작성

문화체육관광부의 성 평등 목표는 두 가지이다. 첫째, 양성평등한 문화가치 확산 및 문화환경 조성이다. 하위 목표는 문화 활동 활성화 및 잠재적 문화 인력을 양성하여 양성평등 문화가치 확산 및 다양성에 대한 수용성 제고이다. 둘째, 문화 분야의 양성 평등한 정책으로 문화 분야 내 여성 대표성 제고이다. 하위 목표는 여성의 취업영역 확대 및 여성 문화예술인 복지 향상이다.

2021년도 문화체육관광부 성인지 대상사업은 16개로, 일반회계 9개와 기금 7개 세부사업으로 구성된다. 성인지 대상사업의 일반회계 예산안은 1,956억 5,700만원이며, 기금운용계획안은 659억 1,600만원으로 성인지 대상사업의 규모는 총 2,615억 7,300만원이다.

〈표 2-4〉 문화체육관광부 성인지 예산서의 관광분야 현황

(단위: 백만원)

회계/기금	세부사업-내역사업	2021예산안	직접/간접	
기금	관광진흥개발기금	문화관광해설사육성(지자체, 사회서비스)	9,956	간접
		관광산업 인재발굴 및 전문역량 강화 (관광산업 일자리 활성화 및 단체지원)		
		- 관광안내인력 교육	157	간접
		- 카지노리조트아카데미	83	간접

자료: 「2021년도 성인지 예산서」 및 「2021년도 성인지 기금운용계획서」, 2020.9.

이중 관광진흥개발기금에서 문화관광해설사 육성사업, 관광산업 인재 발굴 및 전문역량 강화사업에 성인지 예산사업이 편성되어 있다. 두 가지 사업이 관광인력 양성사업에서 성인지 감수성 증진을 위한 교육사업 중심으로 이루어지고 있다.

관광 전문인력 양성 교육과정에서는 한국관광공사에서 시행하고 있는 문화관광해설사 신규양성교육과정에서 공통소양과목에서 성인지 감수성 키우기 학습이 있고, 한국관광협회중앙회에서 시행하고 있는 관광안내 인력교육과정에 공통과목으로 성희롱 예방 교육이 있다. 교육과정을 통하여 성차와 성차별의 개념을 인식하고 분야별 여성의 지위 및 성차별에 대해 통찰할 수 있는 성인지 감수성을 증진하는 것을 목표로 하고 있다. 지역관광콘텐츠 점검에 있어서는 정책입안자인 지방자치단체 담당공무원과 관련 제작업체에 대한 교육이 우선적으로 필요하고, 실질적인 점검이 될 수 있도록 충분한 교육시간과 의식 제고를 위한 노력이 필요하다.

〈표 2-5〉 관광 전문인력 양성 교육

순번	교육명	내용	대상	실시기관
관광 전문 인력 교육	기본 소양 (20h)	① 해설사 역할과 자세	문화관광 해설사 신규양성 교육과정 대상자로 선발된 자	한국관광 공사
		② 문화관광자원 가치인식 및 보호		
		③ 관광객 특성이해 및 관광약자 배려		
	⑩ 관광이러닝 센터 보수교육과정			
공통/ 소양 (3h)	⑩ 관광이러닝 센터 보수교육과정	- 성인지감수성 키우기(감수성편)		
관광 안내 인력 교육	공통과목	- 관광 트렌드 - 안전관리 - 성희롱 예방 교육 - 스트레스 관리법		한국관광 협회 중앙회

주: 지자체 역량강화(보수)온라인 교육운영프로그램에서 공통과목으로 성인지 감수성 교육이 있음,
공통과목은 관광안내인력교육과정에 모두 포함되는 과정임

자료: 한국관광공사 관광in 웹사이트,

<https://academy.visitkorea.or.kr/edu/yearSchedule/list.do>,

한국관광협회중앙회 관광안내인력교육 안내 웹사이트, http://www.ktouredu.kr/curr/curr1_1.asp

나. 지방자치단체의 성별영향평가

광역 지방자치단체에서는 성인지 예산사업으로 선정하여 사업부서의 성별 수혜분석, 성별 격차 원인분석, 성과목표, 성평등 기대효과 등을 점검해 볼 수 있고, 여성정책 담당 부서 통해 성별 구분 또는 고정관념, 성별 특성, 성별 균형참여 등을 성별영향평가를 할 수 있다. 그러나, 지방자치단체의 사업부서 성별영향평가는 의무사항이 아니라서 강제할 수 없어 실제로 점검이 원활하게 이루어지지 않고 있는 현실이다. 이에 반해, 서울시의 경우 성별영향평가 제도의 실효성 있는 운영 및 성별영향평가 제도의 적절한 방향 설정을 위해 서울특별시 성별영향평가위원회의 설치 운영의 법적근거를 마련하고자 서울특별시 성별영향평가 조례를 제정하는 등 적극적인 정책을 펼치고 있다. 지역 성별영향평가기관 주요 기능은 지방자치단체에 대한 성별영향평가 및 성인지 예산 제도 운영 지원, 성별영향평가 및 성인지 예산 관련 교육 지원, 지역별 컨설턴트 운영·관리 및 역량 강화 교육 실시, 지역별 모범사례 발굴 및 홍보자료 발간, 지역 성별영향평가 및 성인지 예산 제도 발전 포럼 개최(거버넌스 구축), 성별영향평가 및 성인지 예산 관련 연구개발, 지역별 성별통계 관리 및 사업수행, 실적보고 등, 여성친화도시 컨설팅 관련 컨설턴트 추천, 중앙센터 및 지자체와 협력체계 유지, 그 밖에 여성가족부장관 및 시·도지사가 성별영향평가와 관련하여 필요하다고 인정하는 사항이다.

서울시는 여성정책담당관을 통해 웹사이트 정보의 성차별 및 성별 고정관념을 긴급 점검하는 성별영향평가를 실시하고 자문을 제공하여, 담당 부서에서는 검토 결과를 반영하도록 하고 있다. 서울시 웹사이트 성차별 및 성별 고정관념 표현 개선 계획 자문의견 수용여부(수용, 일부수용, 불수용) 및 개선완료일(예정일 포함) 등 조치계획을 마련하고 있다. 성별영향평가 제도의 운영 등에 관한 사항을 심의·조정하기 위하여 서울특별시 성별영향평가위원회를 설치하여, 다음 각 호의 사항을 심의·조정한다. 성별영향평가의 기본방향에 관한 사항, 성별영향평가의 기준과 방법에 관한 사항, 성별영향평가 결과에 따른 정책개선에 관한 사항, 성별영향평가 결과와 성인지 예산서 또는 성인지 기금운영계획서의 연계에 관한 사항, 특정성별영향평가 대상 선정, 정책개선의 수립 및 시행에 관한 사항 등이다. 시장은 성별영향평가의 효율적인 시행을 위하여 성별영향평가 담당자에게 성별영향평가에 관한 교육을 연 1회 이상 실시하여야 한다는 조문을 두고 있다.

서울시는 사전에 ‘홍보물·영상물및간행물심의위원회’를 통해 홍보물, 영상물, 간행물 발행 이전인 사전에 심의를 통해 발간하고 있다. 심의위원회는 다음과 같은 사항에 대해 심의한다. 첫째, 발행부서에서 제작하는 각종 홍보물·영상물 및 간행물 제작의 필요성 여부, 둘째, 유사·중복으로 제작되는 홍보물·영상물 및 간행물에 대한 통폐합과 조정에 관한 사항, 셋째, 홍보를 목적으로 제작하는 영상, 책자, CD, 음반, TV광고 등이 공공성을 해치지 않는지의 여부, 넷째, 간행물의 판매가격, 발행부수, 제작 내용, 배포방식 등에 관한 사항이다.

인천시는 성별영향평가 제도의 운영에 있어 관련부서 및 시의회, 민간전문가 등이 함께 참여하여 성별영향평가에 관한 사항을 심의·조정함으로써 내실 있는 분석평가를 추진으로 실질적인 성평등 실현하기 위해 성별영향평가위원회를 운영하고 있다. 제주특별자치도도지사는 양성평등정책을 수립하거나 시행할 경우 위원회의 심의를 받아야 한다.

제주특별자치도는 성평등 정책, 젠더폭력 예방 인권, 여성 및 가족친화 분야 등 3개 분과로 구분하여 운영하고 있다. 성평등 정책 분과위원회는 성주류화 정책, 성평등 문화 조성 등 성평등 정책 제안 및 제도개선에 관한 사항, 젠더폭력 예방 인권 분과위원회는 젠더폭력 예방, 성인권 등 정책 제안 및 제도개선에 관한 사항, 여성 및 가족친화 분과위원회는 여성친화 및 가족친화 정책 제안 및 개선 등 정책개발 지원에 관한 사항에 대해 심의한다.

광주광역시 서구는 2016년부터 ‘안심숙박업소 모니터링’ 제도를 운영하고 있다. 광주 서구가 주민에게 여성친화도시로서의 이미지를 각인시키기 위해 주민참여단 정책모니터링을 하고 있다. 각종 국제행사 개최 및 아시아문화전당 개관 등으로 광주지역 방문하는 여성·가족 단위의 이용객들이 안전하고 편안한 여행을 즐길 수 있도록 숙박환경에 대하여 여성의 시각을 반영하기 위해 마련됐다. 12명의 여성친화 주민참여단이 참여한 가운데 실시된 모니터링 활동은 사업계획서와 심사표 등에 대한 1차 점검을 실시한 후 사업을 신청한 12개 숙박업소를 방문하는 2차 점검으로 진행되었다.

제2절 양성평등 관점의 지역관광콘텐츠 점검 이슈

양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검 이슈는 선행연구 및 전문가 자문을 토대로 도출하고자 한다. 점검 이슈는 본 연구의 목적에 맞게 성인지적 관점에서 접근하여 제작단계, 점검단계 별로 성역할 고정관념 관점 중심으로 고찰하였다. 성인지적 관점은 여성과 남성은 다른 이해나 요구를 가지고 있다고 보면서 특정 개념이 특정 성에게 유리하거나 불리하지 않은지, 성역할 고정 관념이 개입되어 있는지 아닌지를 분석, 시정할 수 있도록 하는 안목과 기술적 능력을 말한다. 제작 단계에서는 성역할 고정관념 등 성인지 감수성을 저해하는 요소가 무엇인지 살펴보고, 점검 단계에서는 성인지 감수성 판단 기준 및 미디어의 성역할 왜곡, 외모 차별, 성차별적 언어 등 성역할 고정관념 요소를 살펴 보았다.

첫째, 홍보물은 다중에게 무작위로 배포되기 때문에 홍보물에 사용된 이미지나 문구 등에 성차별적인 요소가 있을 경우 확산 속도가 매우 빠르고 영향력 또한 광범위하다. 따라서 홍보물의 제작 단계에서 홍보물 제작을 담당하는 공무원과 제작 업체 디자이너의 성인지 감수성이 무엇보다 중요하다(충북여성재단, 2021).

둘째, 성 역할 고정관념은 특정 성의 능력 무시, 특정 상황에 대해 특정 성의 역할로 한정, 특정 성을 다른 성을 위한 도구나 보조자로 간주, 잘못된 특정성을 강조하는 등 유형이 나타나고 있다(국가인권위원회, 2017). 이에 전문가 자문결과 지역관광 콘텐츠는 점검 하는데 있어 성역할 고정관념은 포괄적이고, 모호하여 담당공무원마다 주관적 관점에 따라 다양한 해석이 가능하여 비판 없이 자의적으로 해석할 수 있는 우려가 발생할 수 있다.

셋째, ‘남/녀’라는 고정된 ‘본질’이나 ‘원본’이 없기 때문에, 원본이라고 가정되는 복사본에 대한 모방으로(주디스 버틀러, 2016), 관광콘텐츠는 관광 상품의 과거 문화 활용 시, 성평등 관점을 고려하여 사용했는지에 대해 성인지 감수성 판단 근거가 모호할 수 밖에 없다.

1. 관광콘텐츠 제작단계에서의 성인지 감수성 결여

성인지 감수성을 향상시킨다는 것은 구성원들의 젠더에 대한 이해 및 차별과 차이에 대한 감수성을 높이고, 이를 통해 젠더에 대한 이슈에 민감하게 반응할 수 있도록 함으로써 변화를 향한 실천의지를 가질 수 있도록 하는 것을 의미한다(정재원·이은아, 2018).

관광콘텐츠는 관광자원, 지역, 장소(공간) 등으로 구성하여 기본적으로 성인지 관련요소가 존재하고 있지 않다. 성인지 감수성과 관계없이 관광자원, 지역, 장소 등을 소개하고 있기 때문에 일차적인 성인지 감수성을 고려할 요소가 많지 않다. 그러나, 이러한 관광콘텐츠를 가공(활용)할 때 발생할 수 있는 요소가 나타날 우려가 있다. 예를 들면, 관광가이드북에서 관광자원 소개는 성인지 감수성이 없지만, 디자인 삽화에서 나타날 수 있다. 4인 정상가족만 여행을 떠나는 그림을 그리거나, 특정 성 역할만을 표현하는 이미지를 삽입하는 경우이다. 따라서, 원천적으로 관광콘텐츠를 만드는 제작자의 성인지 감수성을 제고하는 노력이 필요하다. 민간영역에서 제작자의 역량강화를 위한 인식개선 노력은 자칫 민간의 자율성을 침해할 우려가 있기 때문에 관광콘텐츠를 제작 의뢰한 담당 공무원의 성인지 감수성을 함양하여 콘텐츠 결과물에 대해 성인지 감수성을 적용하여 점검해주는 방안이 중요할 수밖에 없다. 즉, 제작담당자의 성인지 감수성을 함양시켜주는 교육 및 인식개선 노력이 무엇보다도 중요해질 수밖에 없다.

또한, 정부 홍보물은 비교적 짧은 기간에 제작돼 배포되는 경우가 많고, 지방자치단체의 사업부서 홍보물에 대한 성별영향평가가 의무대상이 아니어서 관광 콘텐츠의 성인지적 감수성을 반영하는데 있어 구조적 한계가 나타날 수 있다. 이와 같이 성별 편향성을 개선하고, 성차별적 콘텐츠의 점검과 관리를 강화하여 양성평등한 관광 홍보를 위한 개선 방안 모색이 필요하다.

2. 관광콘텐츠 점검 단계에서의 성역할 고정관념의 자의적 해석 우려

성역할 고정관념은 여성을 묘사할 때 선택하는 이미지, 여성에 대해 이야기할 때 사용하는 언어처럼, 여러 형태로 나타난다. 성역할 고정관념을 노골적으로 드러내는 사례도 있지만 대부분은 애매하게 표현되기도 하고 너무 흔하게 사용하기 때문에, 성별 고정관

념을 식별하기는 쉽지 않다(전국언론노동조합 성평등위원회, 2018).

미디어는 개인 혹은 집단의 성 고정관념을 다양한 콘텐츠와 이미지를 통해 표출하고, 수용자는 각각의 환경 및 특성에 따라 서로 다른 강도의 거부감을 보이며 관련 내용을 받아들인다(류정아, 2018). 미디어에는 제도화된 규범을 투영하고 사회적으로 프레임화 된 콘텐츠를 다수에 전달하여 개인들로 하여금 사회 규범의 내면화를 통해 사회화를 촉진하도록 하는 프레임링 효과(Framing Effect)⁹⁾를 가지고 있다(Goffman, 1974). 그런데 이러한 강력한 힘을 지닌 미디어가 그동안은 대중들로 하여금 무의식중에 가부장적 성역할 규범을 비판 없이 받아들일도록 조종하고 여성들에게는 불평등한 성역할을 강요해왔다(Collins, 2011). 따라서 미디어를 통해서 이러한 남성 중심적 이데올로기가 지속적으로 재생산되는 것을 막고 새로운 성평등적 이데올로기를 확산시키게 해야 한다. 무엇보다도 그동안 미디어를 통해 잘못 조작화 된 성역할 관념을 바로 잡고자 하는 노력에서부터 시작해야 할 것이다(이승주·이소민, 2017).

정부 홍보사업에 대한 성별영향평가는 중앙행정기관 및 지방자치단체에서 대국민 홍보를 위해 온라인 및 오프라인 통해 제작하는 홍보물(홍보물의 이미지와 문구에 성 차별적인 요소가 있는지 검토가 필요한 경우) 대상으로 정부홍보사업 내용의 성역할 고정관념이나 성차별적 요소 여부를 사전에 점검할 수 있도록 중앙행정기관 및 지방자치단체에서 추진하고 있다. 성별영향평가 점검내용은 성역할 고정관념 및 편견, 성차별적 표현·비하·외모지상주의, 폭력에 대한 왜곡된 시각, 가족에 대한 고정관념·편견, 성별 대표성 불균형 등이다. 이중 성역할 고정관념은 포괄적이고, 모호하여 담당공무원마다 주관적 관점에 따라 다양한 해석이 가능하여 무비판적으로 수용할 수 있다는 점이다.

성 역할 고정관념이 중요한 이유는 여성에 대한 차별과 편견의 기저에 고정관념이 내재해 있고, 여성에 대해서 더 처방적이고, 부정적인 영향을 미치기 때문이다(조혜자, 2001). 성 역할 고정관념은 능력보다 성을 근거로 어떤 역할을 기대하고 맡기므로, 개인의 활동영역을 한정시키며, 그럼으로써 성 역할 고정관념은 확인되고, 빈번하게 반복되며, 유지될 수 있다(조혜자, 2001).

9) 프레임링 효과(Framing Effect)는 문제의 표현 방식에 따라 동일한 사건이나 상황임에도 불구하고 개인의 판단이나 선택이 달라질 수 있는 현상을 말한다. 이때 제공되는 인식의 틀을 프레임이라고 하고, 이 틀은 정보를 제공받는 자의 의사결정에 영향을 미치게 된다. 자료: 현대경제연구원 지식노트 세심록

3. 관광콘텐츠 점검 단계에서의 관광콘텐츠의 성인지 감수성 판단 기준 모호

버틀러는 젠더가 '무한히 변화하며 자유롭게 떠도는 인공물'이라고 규정하며, 이는 패러디·수행성·반복·복종·우울증으로 구성된다고 설명하였다. 예를 들면, '남/녀'라는 고정된 '본질'이나 '원본'이 없기 때문에, 원본이라고 가정되는 복사본에 대한 모방으로 '패러디적 정체성'이 얻어진다는 것이다(주디스 버틀러, 2016).

성은 생물학적으로 나이가 들면서 자연스럽게 습득되는 것이 아니다. 젠더 정체성(gender identity)은 사회적, 역사적, 정치적 배경에 의해 만들어지고 있기 때문이다. 즉, 성이라는 관념 또한 일종의 구조적 틀을 통해 수행적으로 구성되며 시대에 따라 변화하기도 한다(오동일, 2018). 시대에 따라 변화가능성이 있는 콘텐츠를 성인지 감수성을 적용하여 판단하는데 근본적인 한계가 발생할 수 있다.

관광콘텐츠는 관광 상품의 과거 문화 활용 시, 성평등 관점을 고려하여 사용하는지, 변형 가능한 요소는 없는지를 검토할 필요가 있다.

관광상품은 과거 문화 상품을 대상으로 하기 때문에, 불가피하게 과거 문화의 성차별적 요소들을 그대로 차용하게 될 우려도 있다. 과거의 우리 문화이니 괜찮다고 하기에는, 이미 미국에서도 인종차별적 묘사를 담은 작품(바람과 함께 사라지다 등)에 대해서는 관련된 해설을 더하기도 하고, 동상이나 기념관을 해체하는 등의 일도 일어나고 있는 현실이다. 관광 상품의 과거 문화 활용 시, 양성평등 관점을 고려하여 사용하는지, 변형 가능한 요소는 없는지를 점검하는 내용이 포함될 필요가 있다.

관광 스토리텔링은 스토리 내용의 진위 여부보다 진정성을 느끼게 하는 스토리의 흥미와 맥락이 핵심이므로, 홍보물 내용이 역사적 사실을 해석함에 있어 성차별적 요소가 있을 경우 관광콘텐츠로서 어디까지 수용할 수 있을까 고민이 필요하다. 실제로 지역관광 콘텐츠를 만들다 보면 미처 예상치 못한 관점에서 전혀 다른 해석과 반응이 나타나서 재미를 추구하려다 자칫 무리수를 두게 되는 SNS 마케팅 사례가 발생하고 있다. B급 요소가 관심을 끌기 위해 성적 침해발생 우려가 있어 경계를 정하기 쉽지 않을 수 있다.

원천적인 콘텐츠(선정성, 폭력성 등)를 어디까지 걸러낼 수 있을까 '합의'가 필요하다. 예를 들면, 정선아리랑에서 장소를 가려서 동년배들끼리만 부르는 외설적인 노래도 있

다. 또한, 아들 낳는 문화를 전시 소개하는 성 박물관이 남아선호사상인 시대상을 반영하였는데 양성평등에 어긋나는 것이 아니기 때문에 '합의'가 필요한 것이다. 여권이 신장되는 과정에서 '평등' 개념과 '차이' 개념이 확실히 정립되지 않아, 사회적 합의가 중요할 수 있다. 과거, TRY광고내용이 남성이 여성을 벽에 밀치고 강제로 키스하는 것이 인기였지만, 지금은 '데이트 폭력'으로 인식하는 것처럼 '성인지'는 '고정'된 것이 아니라 '역사성'을 지니고 맥락적으로 해석하는 노력이 필요하다. 이와 같이, '맥락적으로 해석'하는 과정이 중요한데, 지금은 남아선호사상이 사라져 양성평등 문제가 없지만, '디지털 성폭력' 문제는 문제가 되고 있는 것이 사실이다. 이렇게 성인지 판단하는 기준이 모호하거나 어려운 경우 이슈를 다수의 전문가들이 종합 토론을 통해 정리하고, 사례를 예시로 제시하여 시간(년도), 공간(지역)을 전제로 맥락을 이해할 수 있도록 하는 방안이 필요하다. 예를 들어, 위안부 '소녀상'은 어느 지역에서는 모금운동만 하는 지역이 있고, 다른 지역에서는 '여성 인권' 운동으로 확산하는 것처럼 지역의 각각 그룹별로 역동성에 따라 달리 인식하고 있어 이에 대한 시간적, 공간적 배경에 대한 추가적인 설명이 필요하다.

양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검방안 연구

제3장

지역관광 콘텐츠 내용 분석

제1절 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 내용 분석

1. 분석 개요

가. 분석 목적

지역관광 콘텐츠 내용 분석의 목적은 기존의 정부 홍보물의 점검지표에서 설명할 수 없거나 불필요한 지표, 수정이 필요한 지표, 지역관광 콘텐츠의 특수성을 반영한 추가 지표 등을 개발하는데 시사점을 찾는 데 있다.

〈표 3-1〉 분석 개요

구분	주요 내용
분석 표본	경상북도 및 전라남도 관광홍보물 웹사이트 중 2019년부터 2021년 사례분석대상으로 발굴된 홍보물 총 228건
분석 기간	2021년 6월17일(목)~2021년 7월16일(금)
분석 내용	정보 홍보물 점검지표에서 설명할 수 없거나 불필요한 지표, 수정이 필요한 지표, 지역관광 콘텐츠의 특수성을 반영한 추가지표 제안
분석 도구	구조화된 분석지
분석 방법	개별 내용 분석
분석자	젠더전문가 4인 및 관광전문가 4인 중 젠더전문가 및 관광전문가 혼합 1팀 구성

나. 분석자

분석은 한국여성정책연구원의 성별영향평가사업에 참여하고 있는 여성학 전문가와 문화체육관광부의 성평등 문화정책위원회의 위원, 지역연구원에서 성별영향평가를 담당하거나 연구한 경험이 있는 관광학 전문가 8인을 대상으로 온라인, 오프라인 회의를 통해 이슈를 도출하고 매체별로 여성학 전문가 1인, 관광학 전문가 1인 등 2인이 2주간 개별 모니터링을 실시한 후 종합토론을 거쳐 내용을 분석하는 것이다.

〈표 3-2〉 분석자

전문 분야	소속
여성학(젠더 전문가)	한국여성정책연구원의 성별영향평가사업에 참여하고 있는 여성학 전문가 등 4인 ① 언론홍보/페미니스트 - 교수(서울대학교 언론정보) ② 여성학/정책 및 다문화 - 교수(이화여대 호크마대학) ③ 여성학- 박사(한국양성평등교육진흥원 공공교육부) ④ 성별영향평가- 박사(한국여성정책연구원)
관광학	문화체육관광부의 성평등 문화정책위원회의 위원, 지역연구원에서 성별영향평가를 담당하거나 연구한 경험이 있는 관광학 전문가 등 4인 ① 성평등 문화정책위원 - 교수(가천대학교 관광경영) ② 성평등 인권센터 - 박사(서울연구원 시민경제연구실) ③ 일본 성인지연구 - 교수(동의대학교 국제관광경영) ④ 지역 관광정책- 박사(강원연구원 연구실)

다. 분석 대상

본 연구는 경상북도 및 전라남도지역의 관광홍보 웹사이트에 게시되어 있는 온라인·오프라인 홍보물을 중심으로 내용을 분석하였다. 분석 대상은 경상북도 및 전라남도에서 2019년 1월부터 2021년 5월까지 게시한 온라인·오프라인 홍보물이다.

2019년부터 2021년 사례분석대상으로 발굴된 홍보물은 총 228건이다. 온라인과 오프라인 홍보물에 대해 전문가 자문을 통해 분석에 적절하다고 판단되는 총 228 건에 대한 분석을 실시하였다. 1인 평균 57건을 평가하였고, 경북은 총 118건 평가(1인 평균 29.5건 평가), 전남 총 110평가(1인 평균 27.5건 평가)하였다. 오프라인 홍보물은 일부 지방자치단체에서 성별영향평가를 이미 추진하였기 때문에, 온라인 홍보물을 더 많이 분석하였다.

분석대상 사례 선정기준은 ‘대상의 특수성’을 고려하였다. 관광자원 측면에서 홍보물 고려할 때 관광자(주인공 역할)의 특성뿐만 아니라, 관광대상물(주인공이 보고자 하는 대상물)인 인적 자원과 물적 자원에 대한 검토가 필요하다. 이러한 인적 자원과 물적 자원에 대한 문화적 특수성 잘 드러낸 지방자치단체 홍보물로서 유교문화권의 남성 중심적인 문화, 남도문화가 가지고 있는 예향, 의향, 미향 등의 문화에 대한 콘텐츠 검토가 타당하다고 보았기 때문이다. 또한, 광역시 보다는 광역도가 이러한 지역의 문화특수성을 더욱 명확하게 드러난다고 판단하여 ‘경상북도’와 ‘전라남도’를 특정하여 분석하였다.

〈표 3-3〉 분석 대상

구분	매체	지역관광 콘텐츠물	분량	
경북	오프라인	리플렛(1)	3대문화권 방문의 해 리플릿	2쪽
		가이드북(1)	2020년 경북관광가이드북	34쪽
		지도(1)	경북관광안내지도	1쪽
	온라인	페이스북(31)	2021.5.1.~5.31 콘텐츠	31일
		블로그(20)	추천여행(관광지)	4개
			경북축제	4개
			체험여행(프로그램)	4개
			맛집추천(음식)	4개
			추천숙박(숙박)	4개
		인스타그램(40)	게시물 1,108개 중 40개	40개
		유튜브(24)	재생목록 중 '랜선여행-경북이 궁금해? come on 12개 동영상	12개
			최근 동영상(2021.6.9.일기준)	4편
			6개월전 동영상(2021.6.9.일기준)	4편
			관광공모전(관광현상금털이 4편)	4편
전남	오프라인	지도(1)	힐링여행의 시작	1쪽
		페이스북(28)	2021.5.1.~5.31 콘텐츠(실제 탑재는 5.1~5.28)	28일
	온라인	블로그(18)	메인페이지	4개
			풍성한 남도	10개
			신나는 남도	4개
		④ 인스타그램(40)	게시물 1,640개 중 40개	40개
		⑤ 유튜브(24)	인기업로드	4개
			이달의 추천관광지	4편
			남도 먹깨비 요리&먹방	4편
			남도 축제 어디까지 가 봤니	4편
			남도 구석구석 여행 떠나기	4편
			2019 관광영상기자단 작품	4편

자료: 경북나드리(tour.gb.go.kr), 남도여행길잡이(<https://www.namdokorea.com/>)

2. 분석 방법

지역관광 콘텐츠 내용분석 목적은 정보 홍보물 성별영향평가 점검지표에서 설명할 수 없거나 불필요한 지표, 수정이 필요한 지표, 지역관광 콘텐츠의 특수성을 반영한 추가 지표 제안하는 데 있다. 다시 말해, 정보 홍보물 성별영향평가 점검지표를 가지고 지역관광 콘텐츠 내용 분석하는 과정에서 정부 홍보물 성별영향평가 점검지표 보다 지역관광 콘텐츠의 성인지 감수성을 측정하는데 적합한지 검토하고, 적합하지 않은 요소를 찾아내서 점검지표를 개선하는 것이다. 따라서 정부 홍보물 성별영향평가 점검지표인 성역할 고정관념 및 편견, 성차별적 표현/비하/외모지상주의, 폭력에 대한 왜곡된 시각, 가족에 대한 고정 관념/편견, 성별 대표성 불균형으로 구분하였다. 각 점검지표 별로 설명할 수 없는 내용이 있는지, 기존 점검 지표 이외에 추가로 점검이 필요한 사항과 차별적인 표현이 많은 것을 분석하였다.

〈표 3-4〉 분석 범주 설정

구분	비고
홍보 유형	
<input type="checkbox"/> 리플렛 <input type="checkbox"/> 가이드북 <input type="checkbox"/> 지도 <input type="checkbox"/> 페이스북 <input type="checkbox"/> 블로그 <input type="checkbox"/> 인스타그램 <input type="checkbox"/> 유튜브	
I 성역할 고정관념 및 편견	
① 성역할 고정관념을 강화시키는 내용이 있는가? ② ‘여성다움’과 ‘남성다움’에 대한 편견을 드러내고 있는가? ③ 위의 지표로 설명할 수 없는 “성역할 고정관념 및 편견” 관련 내용이 있다면 서술해주세요.	
II 성차별적 표현/비하/외모지상주의	
① 성차별적 언어표현을 사용하고 있는가? ② 특정 성을 비하하거나 열등하게 묘사하고 있는가? ③ 외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적 대상화하는 표현이 있는가? ④ 위의 지표로 설명할 수 없는 “성차별적 표현/비하/외모지상주의” 관련 내용이 있다면 서술해주세요.	
III 폭력에 대한 왜곡된 시각	
① 범죄의 가해자와 피해자 특성을 특정 성별로 구분하여 표현하는가? ② 부부, 연인, 친구 등 가까운 사이의 폭력을 개인 간의 문제 혹은 사소한 문제라고 가정하고 있는가? ③ 범죄의 원인을 피해자에게 돌리는 내용을 담고 있는가? ④ 위의 지표로 설명할 수 없는 “폭력에 대한 왜곡된 시각” 관련 내용이 있다면 서술해주세요.	
IV 가족에 대한 고정 관념/편견	
① 가족 이미지를 특정유형으로만 한정하고 있는가? ② 가족 내 역할을 성별에 따라 고정하고 있는가? ③ 위의 지표로 설명할 수 없는 “가족에 대한 고정 관념/편견” 관련 내용이 있다면 서술해주세요.	

구분	비고
V 성별 대표성 불균형 ① 특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제하고 있는가? ② 위의 지표로 설명할 수 없는 “성별 대표성 불균형” 관련 내용이 있다면 서술해주세요.	
추가 점검이 필요한 사항	위의 지표 이외에 추가로 점검이 필요한 사항이 있다면, 서술해주세요.
총평(차별적인 표현 많은 것 제안)	전체적으로 리뷰하고 모니터링 위원님들께서 각자 2-3개 정도 차별적인 표현이 많은 것을 제안해주세요

자료: 정부홍보물 성별영향평가 점검지표 토대로 연구자 추가 작성

제2절 분석 결과

경상북도와 전라남도의 관광홍보물 내용 분석 결과 주로 성역할 고정관념 및 편견(19%)과 성별 대표성 불균형(17%) 항목에서 점검사항이 나왔다. 또한 주요 특성으로 성역할 고정관념 및 편견, 성차별적 표현/비하/외모지상주의, 폭력에 대한 왜곡된 시각, 가족에 대한 고정 관념/편견, 성별 대표성 불균형 점검 항목 중 성역할 고정관념 및 편견, 외모지상주의, 가족에 대한 고정 관념/편견, 성별 대표성 불균형 점검 항목에서 개선이 필요하다.

〈표 3-5〉 경상북도와 전라남도의 관광홍보물 내용 분석 결과 개선 사항

범주	점검 항목	분석 결과			
		지자체	건수	비율	총계
Ⅰ 성역할 고정관념 및 편견	① 성역할 고정관념을 강화시키는 내용이 있는가? ② '여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견을 드러내고 있는가?	경북	25건	21%	44건 (19%)
		전남	18건	16%	
Ⅱ 성차별적 표현/비하/외모지상주의	① 성차별적 언어표현을 사용하고 있는가? ② 특정 성을 비하하거나 열등하게 묘사하고 있는가? ③ 외모지상주의, 외모차별 희화화 혹은 신체를 부각해 성적 대상화하는 표현이 있는가?	경북	4건	3%	12건 (5%)
		전남	8건	7%	
Ⅲ 폭력에 대한 왜곡된 시각	① 범죄의 가해자와 피해자 특성을 특정 성별로 구분하여 표현하는가? ② 부부, 연인, 친구 등 가까운 사이의 폭력을 개인 간의 문제 혹은 사소한 문제라고 가정하고 있는가? ③ 범죄의 원인을 피해자에게 돌리는 내용을 담고 있는가?	경북	1건	0.8%	1건 (0.4%)
		전남	0건	0%	
Ⅳ 가족에 대한 고정 관념/편견	① 가족 이미지를 특정유형으로만 한정하고 있는가? ② 가족 내 역할을 성별에 따라 고정하고 있는가?	경북	4건	3%	12건 (5%)
		전남	8건	7%	
Ⅴ 성별 대표성 불균형	① 특정 성별연령에 치우쳐 있거나 배제하고 있는가?	경북	17건	14%	39건 (17%)
		전남	22건	20%	
추가점검 필요사항					
총평(차별적인 표현 많은 것 제언)					

〈표 3-6〉 경상북도와 전라남도의 관광홍보물 내용 분석 결과 점검항목별 주요 특성

범주	점검 항목	주요 특성
I 성역할 고정 관념 및 편견	① 성역할 고정관념을 강화시키는 내용이 있는가?	성별 캐릭터 표현방법 특정 성별의 고정화된 역할 단어의 성역할 고정관념 특정 성별의 고정이미지화
	② '여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견을 드러내고 있는가?	의상과 동작에 대한 편견 성별특성에 대한 고정관념 단어의 뉘앙스
II 성차별적 표 현/비하/외 모지상주의	① 성차별적 언어표현을 사용하고 있는가?	-
	② 특정 성을 비하하거나 열등하게 묘사하고 있는가?	없음
	③ 외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적 대상화하는 표현이 있는가?	-
III 폭력에 대한 왜곡된 시각	① 범죄의 가해자와 피해자 특성을 특정 성별로 구분하여 표현하는가?	없음
	② 부부, 연인, 친구 등 가까운 사이의 폭력을 개인 간의 문제 혹은 사소한 문제라고 가정하고 있는가?	없음
	③ 범죄의 원인을 피해자에게 돌리는 내용을 담고 있는가?	없음
IV 가족에 대한 고정 관념/ 편견	① 가족 이미지를 특정유형으로만 한정하고 있는가?	부모와 자녀 중심 표현 신체 건강한 성인 중심 조부모, 부모, 자녀 등 전형적인 가족형태
	② 가족 내 역할을 성별에 따라 고정하고 있는가?	여성의 돌봄 역할
V 성별 대표성 불균형	① 특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제하고 있는가?	여성의 뒷모습 편중 다수 인물 등장시 남성 과다 등장 및 대표인물을 남성으로만 표현
추가점검 필요사항		
총평(차별적인 표한 많은 것 제안)		

1. 성역할 고정 관념 및 편견

성역할 고정관념 및 편견 점검항목은 크게 2가지로, 성역할 고정관념을 강화시키는 내용 유무와 ‘여성다움’과 ‘남성다움’에 대한 편견 유무이다. 지역관광 콘텐츠에서 나타난 성 역할 고정관념은 특정 성별 캐릭터를 표현하거나, 육아를 특정 성의 역할로 규정하거나, 단어가 성역할 고정관념을 반영하는 방식으로 재생산되었다. 의상과 동작에 대한 편견, 성별특성에 대한 고정관념, 단어의 뉘앙스에 대해 편견 등으로 ‘여성다움’과 ‘남성다움’에 대한 편견이 나타나고 있다. 각각의 하위 유형들의 사례를 살펴보면 다음과 같다.

1) 성역할 고정관념 강화

성역할 고정관념을 강화시키는 내용은 성별 캐릭터 표현방법, 특정 성별의 고정화된 역할, 단어의 성역할 고정관념 등이 나타나고 있다.

〈표 3-7〉 성역할 고정관념 강화

범주	내용
① 성별 캐릭터 표현	꽃길을 홍보할 때 여성만 등장하고, 치마를 입은 여성들이 등장함으로써 치마 입은 여성에 대한 고정관념, 꽃과 여성을 연결시키는 고정관념이 반영됨. 이는 성별 대표성 불균형과도 관련이 있음.
	경주 월정교 이미지에서 하트를 한 여성의 이미지가 전형적인 여성다움을 반영하고 있음
	남녀가 함께 등장하는 사진에서 남-파랑, 여-빨간색 티셔츠, 시인 참여 사진이 아니라 기획한 촬영 사진이라면 참여자의 의상에 성별 고정관념을 강화하지 않도록 할 필요가 있음
	여성은 영상이 찍히는 역할, 그리고 남성은 찍고 말하는 역할을 담당함. 직장인의 대표적 이미지인 와이셔츠에 넥타이를 매고 있는 남성을 사용하고 있음.
② 특정 성별의 고정화된 역할	아이들과 함께 하기 좋은 박물관을 소개하는 페이지인데, 아이들과 함께 하는 보호자는 모두 여성의 모습임. 돌봄의 역할을 여성에게 한정하는 성역할 고정관념이 있다고 볼 수 있음
	사진 속 조형물에서 참외위에 앉은 참외소년, 뽀빠를 하려는 남성과 여성의 경우 여성에 대한 고정된 이미지, 여성과 남성의 관계에 대한 고정관념을 반영하고 있음.
	남자 아이는 만들고 노는 모습인 반면, 여자 아이는 인형을 바라보고 있는 정적인 모습이 나타남. 여자아이의 옷차림과 옷색깔, 행동 등에서 여성다움에 대한 고정관념이 반영됨
	액티비티 이벤트 당첨자 발표 내용 중 당첨자들의 사진 중에서 코스를 소개하는 내용 주에서 오토바이를 타고 있는 부분은 남성으로 표현 여승과 여신도들의 사찰음식체험 준비 사진은 템플스테이 음식 체험이 여성들의 몫인 것처럼 나타냄
③ 단어의 성역할 고정관념	물회를 홍보하는 내용(1:30)에서 등장인물이 물회를 먹게되는 것이 화를 풀기위해서인 것으로 나타남. 무례가 물회로 연결되는 언어적인 측면도 있지만 여성은 화를 먹는 것으로 푼다는 성역할 고정관념을 재생산할 수 있음. 또한 물회를 먹게 된 이유를 설명하는 내레이션이 남성임(2:50). 설명은 남성이 하는 것이라는 고정관념이 반영됨.
	여왕딸기의 이미지와 ‘여왕’이라는 단어가 성역할 고정관념과 여성다움을 반영하고 있음. 이미 설치된 설치물의 문제인데, 이 역시 문제가 되는 설치물을 제외하고 사진을 찍는 것이 적절해 보임

2) '여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견 유무

'여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견 유무에 대한 내용은 의상과 동작에 대한 편견, 성별특성에 대한 고정관념, 단어의 뉘앙스에 대해 편견이 나타나고 있다.

〈표 3-8〉 '여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견

범주	내용
① 의상, 동작	CF에서 전형적인 여성적 자세로 나타나는 여성이 두 손을 모으는 자세, 두 손을 모은 뒷모습, 그네를 타고 뒤를 돌아보면서 목덜미가 드러나도록 하는 자세, 머리를 귀 뒤로 넘기는 자세 등이 반복됨
	여성혼자 여행가는 것을 연상하는 것이 다수 차지. 모델은 긴 생머리에 누가 봐도 섭외한 모델 같은 여성이 등장하면서 여행 장소 보다는 여성의 포즈 등에 더 많은 초점이 맞추어지는 경향이 많음.
	여성은 등장인물의 제스처어나 태도가 전형적인 여성다움을 표현하고 있음. "여인을 데리고 쓰다지며 힘이나 빠져 되겠는가"(1:24)라는 자막과 내레이션은 여성과 남성의 불평등한 관계와 고정관념을 반영함. 남성은 여성을 힘들게 해서는 안되고 보호해야 한다는 의미 혹은 '능력'있는 남성은 여성을 힘들게 하지 않는다는 의미 등을 내포함.
	긴 생머리를 한 여성 모델의 모습이 여성의 전형적인 이미지로 나오고 있음.
	여성의 뒷모습, 동물을 안고 있는 모습 등이 전형적인 여성의 모습인 것으로 보임
	등장하는 이미지에서 여성의 포즈 등에서 전형적인 여성다움이 나타남
② 성별특성에 대한 고정관념	남녀 커플에서 여성은 긴 생머리를 하고 있는 전형적인 모습으로 키가 큰 모델들을 섭외, 여성은 매우 타이트한 상의로 신체가 각각됨. 가이드책자에서 여성은 치마를 입고 앉아있는 모습인 반면 남성은 낚시를 하거나 등산하는 모습 등 동적인 모습을 보여주고 있음
	버킷리스트를 작성하여 성취하는 것이나, 맛집을 찾아가는 영상들 대다수가 여성들이 등장하는 경향이 큼. 맛집을 찾아가는 것은 모든 여행자들이 하는 행태임에도 카페나 베이커리 등을 찾는 것은 젊은 여성관광객들의 특성으로 생각하는 경향이 나타남
	남성과 여성의 역할과 남성다움, 여성다움에 기초하여 남성의 즐겁음 동적 레포츠, 여성의 즐겁음 사진 남기기 등의 정적 활동으로 제시하는 장면이 포함되어, 성별 고정관념을 강하게 반영하고 있음
	장보기와 같이 가족돌봄을 위한 소비에서 인물을 여성으로 설정하여 가사, 가족돌봄은 여성의 몫으로 보임(성역할 고정관념 강화). 남녀가 함께 있는 장면에서 상대적으로 남성을 크게 그려져 있어 남성은 강하고 보호하는 존재, 여성은 약하고 보호받는 존재로 인식 될 수 있음
	고급본 모닝 트레일런에서 사끈따 이미지 모두 남성으로 제시. 운동하는 사람을 남성으로 한정할 필요는 없음
	남성과 여성의 관계에서 남성은 구매를 하고 여성은 이를 받는 역할이라는 고정관념이 반영됨. 특히 남성=재산, 능력, 여성=외모라는 성역할 고정관념이 반영된 것으로 보임.
③ 단어의 뉘앙스	"내가 예뻐? 꽃이 예뻐?" 하는 제목으로 여성이 수줍게 꽃 앞에 서서 자신과 꽃을 비교하는 것처럼 보이도록 사진 구도를 잡음. 여성만 미에 대해서 질문하는 것처럼, 여성 아름다움의 미를 한정적으로 아름다움과 연결하는 방식으로 구성되었음. 여성과 꽃을 연결시킨 제목 "내가 예뻐? 꽃이 예뻐"는 여성을 외모와 연결하여 여성다움의 모습을 그려내고 있고 이는 외모지상주의적 묘사와도 관련되며, 여성이 외모와 관련하여 경쟁한다는 고정관념 역시 반영
	벚꽃길 관련 사진 중 맨 마지막 사진에서 젊은 여성이 긴머리에 하늘 하늘한 치마를 입고 뒷태를 보이며 뛰고 있음. 제목도 "지금 ○○는 핑쿠핑쿠해"로 설정하여 벚꽃여행지를 가녀리고 예쁜 여성성으로 이미지화,
	나이든 남성교수가 역사를 설명하는 것은 전문직에 대한 성역할고정관념이 반영됨. 가야금 명인 역시 마찬가지로(성역할 고정관념 강화), 영상에 가야신화와 관련된 문서가 비추어지는데 그 내용에서 여신의 '단아함'등 내용에서 여성다움에 대한 편견이 반영됨

2. 성차별적 표현/비하/외모지상주의

성차별적 표현, 특정 성을 비하하거나 열등하게 묘사, 외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적 대상화하는 표현 등을 살펴본 결과, 대부분 외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적 대상화하는 표현해 내용이 다수이다.

〈표 3-9〉 성 차별적 표현/비하/외모 지상주의

범주	분석 결과
① 성차별적 표현	영상 제목에서 “여신” 등의 전형적인 여성이미지 표현 사용됨(성차별적 언어표현).
② 특정 성을 비하하거나 열등하게 묘사하고 있는가?	없음
③ 외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적 대상화하는 표현	2018년 대표적인 성상품화 문제로 거론되었던 레이싱걸이 등장함. 불필요한 여성의 몸 이미지가 포함됨.
	표지가 되는 맨 처음 사진은 남성이고, 뒤에 나오는 인물 포함 사진은 3장 중 3장 모두 여성의 모습임
	사진 대부분이 젊은 20대 여성임. 여러 사진 중에서 젊은 여성의 외모가 강조된 사진을 선택한 것에는 여성을 상품화하고 대상화하는 시선이라고 볼 수 있음
	사진 9장 중 2장을 제외하고 모두 관광지를 배경으로 한 젊은 여성 사진들임. 피크닉을 떠나는 것과 꽃과 연결되는 것에서 여성만이 등장함.
	“내가 예뻐? 꽃이 예뻐?”라는 제목 하에 여성 단독 사진을 2개 제시함. 친구와 가는 꽃나들이에서 꽃과 여성이 연결되는 방식으로 묘사하여, 여성과 외모지상주의를 연결하고 여성이 서로 외모를 비교하는 경쟁을 한다는 고정관념을 활용하고 있음
이 영상은 진행자가 있고, 진행자가 구성한 영상으로 보이는데 진행자가 양귀비 꽃밭에서 양귀비를 언급하면서 과거 미의 기준은 통통해야 하고 그래서 자신이 절세 미녀라고 말했음, 현재의 통통한 몸이 문제가 있다는 함의를 제시. 하지만 영상에 등장하는 진행자 여성은 건강한 신체를 가지고 있음. 특정하게 너무 마른 신체를 정상적인 것으로 가정하는 듯한 발언이 될 수 있음	
사진 중 메타프로방스, 만성리검은모래해변 설명에서 여성을 제시하는 방식이 문제적임. 한명은 눈을 감고 원피스 위에 걸친 셔츠 한쪽을 내려 어깨를 드러내며, 다른 여성은 끈 원피스를 입고 앉아 있는 뒷모습임. 사진찍기 좋은 곳이라는 홍보 의도는 이해하나, 긴머리 여성의 벗은 어깨 제시는 여성을 제시하여 제품을 설명하는 성상품화, 대상화와 크게 다르지 않음. 사진의 제목은 풍경에 대한 이야기를 하고 있지만, 사진의 중심은 여성이나 포즈를 취하고 있는 남녀 모델에 맞춰져 있음. 여성들은 대체적으로 긴 생머리를 하고 있으며, 다소 과도해 보이는 복장을 하고 있음.	

3. 폭력에 대한 왜곡된 시각

폭력에 대한 왜곡된 시각은 범죄의 가해자와 피해자 특성을 특정 성별로 구분하여 표현, 부부, 연인, 친구 등 가까운 사이의 폭력을 개인 간의 문제 혹은 사소한 문제라고 가정 여부, 범죄의 원인을 피해자에게 돌리는 내용 포함여부이다. 관광홍보물 특성상 폭력에 대한 왜곡된 시각은 극히 소수이나, 홍보문구 표현에서의 성적 대상화나, 신중하지 못한 표현, 성 테이트 폭력에 대한 왜곡된 시각이 일부 나타나고 있다.

〈표 3-10〉 폭력에 대한 왜곡된 시각

범주	분석 결과
① 범죄의 가해자와 피해자 특성을 특정 성별로 구분하여 표현하는가?	제목에 '가슴 캡 켜고'라는 표현이 나오는데, '가슴 캡'은 오해를 불러일으킬 수 있을 뿐 아니라 성인인증이 필요한 용어에 포함되고 있음. 제목에 부적절한 표현은 사용하지 않는 것이 바람직함.
② 부부, 연인, 친구 등 가까운 사이의 폭력을 개인 간의 문제 혹은 사소한 문제라고 가정하고 있는가?	"누가 우리집에 cctv 설치했나?"는 내용은 충분히 이해할 수 있으나, 최근 불법촬영 문제가 심각해지고 있는 상황에서 조금 더 신중하게 문구를 사용할 필요가 있음. 영화의 한 장면을 패러디하기는 했지만 도자기를 빙고 있는 여성의 동의 없이 남성이 어깨에 손을 올리는 장면이 나옴. 동의 없는 스킨십은 문제화되고 있는 현실을 반영하여 폭력의 의미를 확장할 필요가 있음.

4. 가족에 대한 고정 관념/편견

가정과 관련한 내용을 포함하는 경우, 부모와 어린 자녀 중심의 가정으로 제한하여 가족 이미지 특정 유형으로 한정하고 있다. 가족형태가 다양해지는 만큼, 양부모와 자녀 중심 뿐 아니라 가능한 다양한 가족의 형태를 표현할 필요가 있다. 또한, 가족 내 역할을 특정하여 양육의 주체는 엄마 등으로 묘사하는 등 편견이 나타나고 있다.

〈표 3-11〉 가족에 대한 고정관념/편견

범주	분석 결과
① 가족 이미지를 특정 유형으로만 한정하고 있는가?	액티비티 이벤트 당첨자 발표 내용 중 당첨자들의 사진 중 「가정의 달 추천관광지」의 삽화가 아빠, 엄마, 아이의 전형적인 그림으로 표현 '가정의 달' 관광지를 소개하는 메인 페이지에 가정의 이미지를 부모와 자녀 중심으로만 표현하고 있음. 가정의 달이 모든 다양한 가정의 달이 된다는 의미에서 다양한 모습으로 표현하는 것이 바람직할 것임

범주	분석 결과
② 가족 내 역할을 성별에 따라 고정하고 있는가?	영광과 무안의 남드브릿지와 함께 둘러볼 곳을 소개하는 사진 중에서 한 여성이 바닷가 갯벌에 있는 남성과 아이를 찍는 장면이 있는데, 전형적인 가족 이미지로 비춰짐
	고향방문이라는 주제 때문에 대가족 모형을 그려, 할머니 할아버지와 자녀, 그리고 두 손자 손녀로 구성된 가족의 모습을 제시하였음. 친가에만 간 것으로 묘사되었고, 가족 구성원이 모두 정상가족만 등장함. 여행을 떠나는 가족 역시 할머니 할아버지, 자녀, 손자손녀로 구성된 정상가족 모델임. 부모와 한 자녀로 구성된 가족 모델임.
	조부모, 부모, 딸, 아들로 구성되어 있는 전형적인 이상적인 가족의 형태임. 특정 성별과 연령이 배제되지 않았지만, 구성원의 피부색, 장애, 연령 등을 고려한 다양한 가족의 형태가 등장하는 것이 좋을 것 같고, 반드시 이상적인 가족의 형태가 등장하지 않아도 될 것으로 보임. 한편으로 이 부분은 특정 성별이나 연령대를 제외했을 때 대표성이나 이미지의 문제가 제기될 수도 있다는 점도 있음. 반드시 가족일 필요가 없다면 가족이 등장인물로 나타나지 않아도 될 것임. 물론 이 영상의 등장인물들이 가족이 아닐 수도 있지만 우리사회의 통념 상 이상적인 가족으로 여겨질 수 있음
	추석을 맞이하여 고향 방문을 설명하는 영상에서 부모와 자녀로 이루어진 가족의 모습이 반복적으로 등장함. 또한 대부분의 영상에서 아버지, 어머니, 어린 자녀 등으로 가족을 표현하며, 특히 이미지 크기나 배치에서도 아버지가 크고 앞에 있으며, 어머니가 뒤에 있고 아버지보다 작은 모습으로 그려지는 경우가 많음
② 가족 내 역할을 성별에 따라 고정하고 있는가?	그림 속의 등장인물에서 여성이 아이를 안고 있고, 양쪽에 남성이 보호하는 듯한 이미지임. 남녀노소 모두 비슷한 크기로 표현하고 특히 자녀 양육은 여성이 담당하는 모습으로 나타나지 않도록 함
	가족에 대한 고정관념은 엄마아빠 아들딸 그리고 갓난아기로 표현, 가족의 중심에는 아버지를 배치함. 기존 4인 중심 표준가족에서는 크게 벗어나지 못함. 아빠가 엄마 뒤에서 가족을 보호하는 느낌으로 재현. 남성은 생계부양자로서 가족을 보호하는 것으로 여기게 함
	사진의 로고 이미지가 3인 핵가족의 이미지로 제시되었고, 이후 이 이미지들이 각각 아이 미미지는 아이와 함께, 여성이미지는 부모님과 함께, 남성이미지는 부부와 함께 등의 대표 이미지로 사용됨. 부모님과 함께라는 문구가 들어간다면 대가족 이미지를 활용할 수 있을 것임. 또한 이미지가 남아라면 사진에 등장하는 어린이가 여이라면 좋을 것임, 부모님을 챙기는 사람은 여성으로 설정하여, 돌봄 의무와 관련된 사람을 여성으로 한정하는 의미를 전달함
	어머니만 아이와 등장하는 것은 가족 돌봄의 주제를 어머니로만 두는 것으로 볼 수 있어서, 이 영상 내에서 다른 가족 이미지가 등장한 상황이 아니라면 지양할 필요있음

5. 성별 대표성 불균형

특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제하는지 검토해본 결과 남성이 과다 대표되는 경우가 많다. 남성의 역할은 다양한 반면 여성은 과소 대표되거나 생략되는 경우가 많다. 여성이 인스타그램과 페이스북에서 주로 젊은 여성만 등장하고 있는데, 이 자체가 문제라기보다 홍보에서 여성인물이 등장해야만 하는 것인지에 대한 검토가 필요하고, 여성만 등장하더라도 다양한 이미지의 여성이 등장하는 것이 필요하다. 특히, 여성들을 포함한다고 해서 여성들만 김장을 담그거나 남성을 보조하는 모습 혹은 돌봄 역할만 하는 등의 모습으로 제한되지 않도록 할 필요가 있다.

〈표 3-12〉 성별 대표성 불균형

범주	분석 결과
① 특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제하고 있는가	가이드북 첫 페이지는 경상북도를 설명 하고 있어 중요한 페이지임. 그런데 등장인물의 성비가 불균형함
	이는 사업 기획 자체가 여성 연사를 남성 연사보다 적게 초청한 사례로 생각이 됩니다. 홍보의 문제는 아니겠으나, 경상북도에서 관련된 전문가 초청 행사를 가질 때 항상 성별 균형을 고려해야 할 필요가 있다고 보임.
	제목에서 '옛보기' 등은 최근 불법 촬영 등의 문제 등을 생각해볼 때, 공공에서 용어를 사용하는 것에 대해 재고의 여지가 있음. 또한 보부상 문화 체험존을 설명하는 그림에서 남성 보부상의 모습만 나타나고 있어 여성들의 모습도 함께 표현되는 방안 검토 필요해보임
	긴 머리 여성이 계속 등장하여 아름다운 병산서원을 동행하는 느낌(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제). + 차마를 입고 머리가 긴 여성만 등장
	남성만 등장하고 있는데, 여성도 참여하는 이미지를 활용할 필요가 있음
	실제 기사를 작성한 기자단은 여성 기자인데, sns 기자단을 대표하는 이미지는 벡타이를 한 남성 기자로 대표되어 있음. 기자단의 이미지를 여성과 남성 모두 포함하는 형태로 수정이 필요함
	군위 화본마을은 “엄마야빠 어렸을 적”이라는 테마로 홍보하는 교복 사진 찻기 등이 주요 문화 상품인 곳. 첫째, 둘째, 셋째, 아홉째 사진이 모두 남성 외형의 홍보 설치물을 단독으로 포함한 사진임. 마을 자체의 옥외 홍보 전시물 등이 남성 고등학생 중심으로 구성된 것으로 보임.
	첫 번째 사진과 여섯 번째 사진이 여성 단독 등장 사진. 여성이 단독으로 등장하는 것이 여행 소비자 특히 문화예술박물관 여행자의 다수라 해도, 관람하는 적극적 형태로 묘사된 것도 아니고 그림의 일부처럼 정적 상태로 묘사된 여성 단독 사진이 다수인 것은 조정이 가능할 수 있는 문제라고 생각이 됨
	여성 단독으로 등장하는 것이 여행 소비자 특히 문화예술박물관 여행자의 다수라 해도, 배경의 일부처럼 정적 상태로 묘사된 여성 단독 사진이 다수인 것은 조정이 필요. 특히 이러한 다리 구도의 설명 사진 사례에서 꼭 여성이 없이도 다리의 모습을 설명할 수 있고 다른 사례들에서 이렇게 묘사된 경우도 다수. 다양한 인물이 등장하는 것도 가능할 것임
	농촌체험에서 남성들만 등장하고 있어 성별불균형함. 농촌 체험에서 남녀노소 다양한 사람들이 체험하는 모습 등을 보여주는 것이 필요함
	경북 여행을 대표하는 이미지에서 등장인물의 성비 균형 필요, 여행이 주제인데 차마와 도시락 등 여성적이미지를 강조하고 있는 느낌임. 여성의 정적인 이미지와 여성다움을 통해 여행지를 홍보하고 있다고 여겨짐. 최근 젊은 여성들이 매우 활동적으로 변하고 있는데, 이처럼 다양하고 더 활동적인 여성의 모습으로 표현되는 것이 적절할 것임.
	여행이 주제인데 차마와 도시락 등 여성적 이미지를 강조하고 있는 느낌임. 여성의 정적인 이미지와 여성다움을 통해 여행지를 홍보하고 있다고 여겨짐. 최근 젊은 여성들이 매우 활동적으로 변하고 있는데, 이처럼 다양하고 더 활동적인 여성의 모습으로 표현되는 것이 적절할 것임.
경북의 빛꽃 명소를 소개하는 7개의 사진 중 4개에서 젊은 여성 단독사진만 게재+ 여성만 등장. 성역할 고정관념과 연결됨	
이 영상은 다른 시청자 영상들과 달리 직접 제작한 영상인데, 내레이션 목소리가 남성 단독으로 제시되어 있음. 다른 영상들과 전체 통계를 내보아야 하겠으나, 유사 시기	

범주	분석 결과
	영상들에서 내레이션이 거의 없거나, 시민제작영상이어서 제작자 목소리가 나오는 경우가 일반적이었음. 지방자치단체 측에서 직접 제작하실 때에는 내레이션 목소리의 성별 연령대 다양성을 고려하면 좋을 것 같음
	남녀 혼성으로 등장할 때 남성은 가운데, 여성은 남성 앞쪽이나 좌우에 2명을 배치하고 춤을 추고 있음. 대체로 남성이 중심 역할. 즉 프론트맨의 역할이 남성에게 고정되어 있는 것으로 보임
	대가야의 흔적들을 찾아 전문가들을 인터뷰하는 과정에서 교수, 승려,, 악기제작자, 대장장이 모두 남성임. 여성 인터뷰어가 전혀 없음. + 내레이션도 남성이고, 역사를 설명하는 교수, 스님, 가야금 명인, 대장장이 모두 남성으로, 남성이 등장인물의 절대다수임
	남녀노소 걷기 좋은 길을 홍보하는 페이스북임. 그러나 인트로 메인 페이지에 남성으로 보이는 이미지가 대표되고 있고, 다음 페이지에는 어린 아이와 여성이 있는 모습이 보임. 메인 페이지에 다양한 시민들의 모습과 성비 균형이 필요함
	지적재조사를 설명하는 영상인데, 중간에 주민설명회 안내 사진이 있음. 주민설명회인데 사진을 보면 대부분 남성 주민만 참석한 모습을 볼 수 있음. 남성이 주민을 대표하지 않도록 사진사용에도 주의 할 필요가 있음
	등장인물이 여성만 등장하는데, 전형적인 여성의 이미지인 것이 문제임 + 드라이브코스 소개하는 5개의 사진 중에서 2개에서 젊은 여성 단독사진만 게재
	여성의 혼자 뒷모습이 촬영 된 사진을 사용하였음
	아이와 엄마가 등장하는 것이 일반적인 수도 있지만, 아이와 아빠가 같이 등장하는 영상들도 필요해 보임.
	전반적으로 등장인물이 남성들이 상황으로, 타종하는 사진의 경우라도 여성이 참여하는 사진이 포함되는 것이 좋을 것으로 보임+ 관광지를 소개하는 사진들 중에서 해맞이행사를 위해 타종하는 사진이 있는데, 스님을 비롯해 종을 치는 사람들이 모두 남자임 : 여성은 배제됨
	여성 소비자를 고려해도 여성 단독 사진이 너무 많은 것은 문제로 생각되며, 특히 여성을 풍경의 일부처럼 묘사하는 것은 문제임. 여성의 어깨를 노출하는 것은 성적 대상화라고까지 할 수는 없겠으나 여성이 여행을 즐기는 주체가 아니라 사진의 대상처럼 보이게 하는 효과가 있음
	공룡과 코뿔소 등 흔히 남자가 좋아하는 동물로 여겨지는 동물 사진과 남아만을 배치하였음. 청년 여성 혼자 찍힌 사진 제시하였음. 여성 소비자를 고려해도 여성 단독 사진을 제시하고 이를 부부여행 사진으로 제시하는 것은 적절하지 않음
	등장인물은 대부분 여성. + 인물 사진 2장 모두 젊은 여성. 2020 국내여행조사를 보면 성별간 여행 경험 차이가 크지 않으며, 20-30대가 높긴하나, 다른 연령대의 여행 비율이 크게 떨어지지 않는다는 것을 생각하면 홍보에서 20대 여성이 과다 대표되는 경향
	여성의 얼굴을 일부러 보여주고 있지 않음. 그러나 여러 사진에서 여자만 등장. 치유공간에 대한 이미지는 여성이 등장해야 하는지 검토가 필요함
	여러 장의 사진에서 여성만 등장, 등산하는 사진. 여성의 나홀로 여행이 가능하다는 것을 의미하는 것일 수도 있지만 비중이 너무 높음. + 인물 포함한 사진 4장 모두 젊은 여성 사진임.
	영상전체에서 여성만 등장하고 있는데, 여성만 등장하는 것 자체가 문제라기보다 홍보에서 여성인물이 등장해야만 하는 것인지에 대한 검토가 필요하고, 여성만 등장하더라도 다양한 이미지의 여성이 등장하는 것이 적절할 것임 + 3월 국내여행 가볼만한곳을 소개하는 동영상에 지속적으로 차마를 입고 곱게 화장한 젊은 여성들이 등장하고 있음
	여성들의 비중이 월등히 높음. + 여행지 소개인데 스토리의 주인공이 젊은 여성. 콘텐츠의 타겟집단을 고려하여 콘텐츠를 기획하기보다, 관광지 소개하는 사람은 대체로 여성임

6. 소결

가. 홍보물 주체의 주체적 관점에서 성역할 고정관념

1) 특정 성의 역할을 고정된 이미지나 역할로 한정해서 해석하는 경향

지역관광 콘텐츠에서 어떤 상황이나 역사적 사건에 대한 편파적인 해석은 다양한 관점을 갖지 못하게 하며, 현실을 왜곡시키게 된다. 그 결과 성 역할 관점에 대해 매우 제한된 시각을 갖게 될 가능성이 커진다(정해숙 외 2인, 2010).

여행 안내 영상에서 남성은 배낭을 메고 동적인 모습으로 나타나는 경우가 많고, 여성은 치마를 입고, 카페를 가거나 음식을 먹거나 감성적인 부분을 부각하는 경우가 많다. 특히 카메라 시선이 남성을 비출 경우, 동적인 남성의 모습에 초점을 맞추는 반면, 여성은 여성을 대상으로 카메라 시선이 맞춰지는 느낌도 있다. 또 여성은 카메라 밖에 시청자들에게 애교를 나타내는 듯한 표현도 있다. 여행 안내 영상의 경우, 현실에 맞게 여성과 남성 모두 활동적인 모습과 동적인 모습으로 표현할 필요가 있으며, 특히 여성이 등장할 때 여성에게 초점을 맞추지 않도록 할 필요가 있다.

관광가이드북에서 남성은 낚시나 등산 등 활동적인 모습으로, 여성은 앉아서 책을 읽고 있는 내용으로 구도화하는 내용이 있다. 템플스테이 체험 사진에서도, 여승과 여신도들이 사찰음식 체험을 준비 중인 장면으로 템플스테이 음식체험은 여성들의 몫인 것처럼 보일 수도 있다.

한 화면에 여성과 남성을 함께 표현할 때 성별에 따라 신체 크기의 차이를 부각하는 경우가 많고, 옷차림 등을 지나치게 남성적이거나 여성적인 옷차림으로 표현하는 경우가 많다. 남녀가 함께 있는 장면에서 상대적으로 남성을 크게 그리는데 남성은 강하고 보호하는 존재로, 여성은 약하고 보호받는 존재로 인식될 수 있기 때문에, 여러 명이 등장할 때에는 다양성이 드러나도록 재현할 필요가 있다.

사진을 찍는 커플 표현에서 여자 어깨를 감싸는 모습은 보호의 주체는 남성, 대상은 여성으로 인식하게 할 수 있기 때문에 주의가 필요하다.

대체적으로 블로그는 음식이나 풍경 등 멋진 사진들을 찍어서 보여주어야 하기 때문에 대상보다는 사람이 등장하는 부분은 별로 없었으며, 대체적으로 정보를 전달하기 위한 목적이라 성 차별적 용어나 내용들을 찾아보기 어려웠다.

남성과 여성의 역할과 남성다움, 여성다움에 기초하여 남성의 즐거움은 동적 레포츠, 여성의 즐거움은 사진 남기기 등의 정적 활동으로 제시하는 장면이 포함되어 있다. 다른 영상물들에서는 남녀 모두 동적 활동을 하기도 하고 남녀 모두 정적 활동을 하는 경우도 비추고 있어, 이러한 구성이 가능함에도 남성과 여성을 구분하여 활동을 제시하였다.

동영상 내용에서 바다에서 스포츠를 즐기는 남성들이 두 차례 등장하는데, 여성들은 먹거나 보는 것이 주로 등장한다. 이런 차원에서 다른 영상들과 전체적으로 비교했을 때 주로 여성들이 등장하는 영상은 해당 영상과 유사하고 남성이 주로 등장하는 영상은 그렇지 않다면 이 부분의 균형을 전반적으로 고려해야 할 것이다.

2) 다수 인물 등장 시 대표인물을 남성으로만 표현

등장인물의 배경은 어떤 맥락에서 인물들이 등장하는가를 말하며, 이는 인물의 해석과 관계에 대한 인식을 반영한다는 점에서 중요하다.

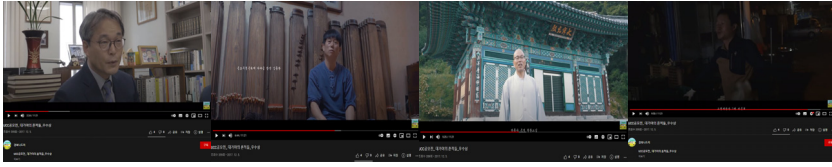
관광 체험활동이나 문화유적지를 설명하는 경우, 이미 남성중심의 스토리를 기반으로 하고 있어 여성의 경험이나 스토리, 사진 등을 포함하는 것이 어려울 수 있다. 그럼에도 불구하고 가능한 여성들의 다양한 모습이나 활동, 혹은 역사 속의 여성들의 모습을 찾아내서 표현하는 노력이 필요하다.

역사적 사실이나 이야기 등을 풀어나가는 과정에서 영상이나 사진을 활용하는 경우 사실에 해당하는 부분은 어쩔 수 없이 남성 중심일 수 있으나 콘텐츠를 구성하는 과정에서 인터뷰나 사진에 있어 남성과 여성의 균형을 맞출 수 있는 여지가 충분함에도 불구하고 이러한 인식은 부족한 것으로 판단된다.

또한 해당 관광지나 명소를 소개하는 관점에서 이러한 여성들의 존재가 꼭 필요한 것 인지의 문제를 들여다볼 필요성이 있다. 남성에 비해 여성이 너무 많이 노출된다는 점도 문제이지만 논리적 당위성이 부족한 콘텐츠에 여성이 너무 많이 등장하고 있는 점도 문제라고 판단되기 때문이다. 한편 여성들이 등장하는 영상에 있어서는 주제가 특성화되어 있거나(예를 들어, 캠핑, 먹방 등) 시리즈 형태의 정보영상을 보여주는 형식으로 되어 있어 1편을 보고 성별 대표성의 문제가 있다고 판단해서는 안 될 것으로 판단된다.

전체적으로 젊은 여성을 등장시켜 관광지나 명소 등을 소개하는 프레임이 양성평등의 불균형 관점에서 볼 때 가장 일반적인 형태로 나타나고 있어 성별 대표성의 불균형으로 인지된다.

[그림 3-1] 대표인물을 남성으로 만 표현



자료: <https://tour.gb.go.kr/>

나. 홍보물 객체의 성역할 고정관념

홍보물의 객체를 해석하는데 한 쪽으로만 바라보는 경향이 나타나고 있다. 다른 각도에서 조망하여 다양한 해석이 가능하도록 할 필요가 있다.

1) 관광지 상황 및 관광자원의 특성에 부합하지 않은 복장 및 동작 묘사

혼자 하는 여행을 홍보하는 영상인데, 여성과 남성의 복장이나 여행하는 방식에서 차이가 나타난다. 특히 혼자 걷는 장면에서 여성은 높은 굽의 신발과 치마 등을 입고 계속 걷는 장면이 나오는 반면, 남성은 배낭과 운동화 등 가벼운 차림으로 나타난다. 실제 여행을 할 때 높은 굽으로 걷는 것은 쉽지 않다. 이는 여행하는 여성의 시선을 보여주는 것이 아니라 여성을 보게 하는 느낌이 들 수 있다. 여행하는 여성의 이미지가 보다 동적이며 현실적으로 표현될 필요가 있다. 또한 여성이 혼자 여행이 가능하다는 것을 강조하기 위해서는 안전 부분에 대한 내용을 포함하는 것도 검토할 수 있다.

여성 캐릭터는 속눈썹이나 색깔 등으로 표현하고, 남성캐릭터는 강한 이미지 등으로 표현하고 있다. 캐릭터에 속눈썹과 분홍색, '자기랑...' 등과 같은 표현으로 여성성을 나타내지 않도록 할 필요가 있다.

여성 등장인물들의 긴 머리, 짙은 화장, 드레스 코드 등은 외모 지상주의를 표출하고 있다.

2) 여성의 뒷 모습 편중

여성이 관광을 하는 모습은 대부분 치마와 모자 등 여성 모델이 주인공이 되는 느낌이 있다. 일반적으로 관광을 하는 모습으로 보기 어렵다. 주제에 맞게 여성과 남성 모두 활동적이고 관광을 하는 모습을 보여주는 것이 필요하다.

대체로 여행 블로그, 인스타그램 등에서 여성의 뒷모습 사진을 많이 활용하고 있다. 균형적으로 남성, 여성, 어린이 등 다양성을 가진 이미지 활용이 필요하다. 특히 이런 구도의 사진들은 대체로 여성 역시 풍경과 함께 볼거리 화하고 있기 때문에 이러한 이미지가 청년 여성에 한해서 반복되는 것은 문제가 될 수 있기 때문이다.

[그림 3-2] 여성의 뒷모습 및 여성캐릭터의 여성성 표현



자료: <https://tour.gb.go.kr/>

양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검방안 연구

제4장

국내·외 성인지 관련 지표 사례 분석

제1절 분석 개요

1. 분석 개요

국내·외의 성평등 요강, 양성평등 규정, 점검 포인트, 체크리스트, 성인지 지표, 가이드라인, 지침 등을 대상으로 점검 지표로 분석하였다. 사례 선정 사유는 크게 두 가지이다. 첫째, 정부 홍보물 성별영향평가 점검지표는 중앙행정기관 및 지방자치단체 소관 정책 또는 공공기관이 수행하는 사업 중 성평등 실현을 위해 개선이 필요한 정책 및 사업¹⁰⁾으로 정책 영역 전 분야 대상으로 실시하고 있다. 정부 홍보물 성별영향평가 점검지표 중 필요한 부분을 그대로 사용할 수 있는 메뉴얼과 같은 안내서가 아닌 지역관광 콘텐츠의 성인지 감수성을 저해하는 요인을 점검하고자 유사 점검지표를 분석하였다.

둘째, 사례 분석을 통하여 지역관광 콘텐츠의 특수성을 반영하여 수정·보완의 시사점을 찾고자 하였다. 기존의 정부 홍보물 성별영향평가 점검지표와 함께 이를 수정·보완하여 새로운 점검지표를 추출하는 과정을 보여주하고자 하였다. 지역관광 콘텐츠 점검지표에는 일반적인 상황에서 공통적으로 추구하여야 하는 ‘보편성’과 지역관광의 특수성에 따라 지역의 여건과 콘텐츠 소재 등을 고려한 ‘특수성’을 동시에 고려해야 하기 때문이다. 따라서, 점검지표와 더불어 지역관광의 여건에 맞게 활용하기 쉽도록 점검 포인트를 제시하고자 하였다. 이를 통해 정부 홍보물 성별영향평가 점검지표를 토대로 지역의 지역관광 콘텐츠 점검의 이해 확장과 실제 지역관광 콘텐츠 점검에 도움을 줄 수 있는 참고 자료로서 점검 포인트를 활용하고자 하였다.

사례 분석의 목적은 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검 지표와 점검체계 마련에 있어서 유사 점검 지표와 점검사항을 구체적으로 제시하는 점검 포인트를 가지고 점검체계 안에서 관리할 수 있는지 보고자 하였다. 양성평등 관점에서 지역관광 콘텐츠 점검

10) 정책 수혜대상의 범위가 넓거나 사회적 파급효과가 큰 중앙행정기관 또는 지방자치단체의 주요 정책, 국민생활과 직접 관련되는 사업 중 일반국민이 일상생활 속에서 불편하거나 성별 격차를 체감하는 사업 등

하기 위한 지표로서, 양성평등 지표의 여러 가지 영역 중에서 지역관광 콘텐츠 점검지표만을 독자적으로 개발한 국내외의 사례는 찾아볼 수 없다. 일반적으로 지역관광 콘텐츠는 수량적인 개념이 아니라 질적인 개념으로 이해되어 왔기 때문에 다른 분야의 점검지표 선행연구들과 양성평등 관점을 반영한 지역관광 콘텐츠 내용분석을 통해 지표 개발의 초안을 만들어볼 수 있다. 먼저 초안을 구성하면서 염두에 둔 점은 점검 지표는 쉽게 이용하고 이해할 수 있어야 한다는 일반적인 기준을 충족시켜야 되는데, 양성평등 지표는 다른 지표에 비해서 친숙하지 않다는 문제점을 지니고 있다(장미혜 외 4인, 문화관광부, 2008).

이러한 문제점을 개선시켜 양성평등 점검지표에 대한 담당공무원들의 이해도를 증진시키기 위해서 지표에 대하여 충분히 설명할 필요가 있다. 이를 감안해 개별 지표에 대한 설명을 추가하여 보다 구체화하여 점검 포인트를 도출하는데 시사점을 얻고자 하였다.

제2절 점검 지표 사례 분석

1. 국내 사례

1) 인권보도준칙(국가인권위원회 & 한국기자협회)의 성평등 요강

언론인을 위한 인권보도준칙에서 양성평등과 관련하여 성별과 성역할 고정관념, 성적 대상화 및 성상품화 관련하여 요강을 마련하였다. 성평등 관점에서 성별과 성역할 고정관념 관련하여 성별에 대한 고정관념을 야기할 수 있는 표현 및 양성의 성 역할을 이분법적으로 고정화하는 표현을 사용하지 않도록 하고 있다. 성차별 관점에서는 선정적이거나 여성을 비하하는 표현, 여성을 성적 대상으로 비하하는 표현을 하지 않도록 하고 있다.

〈표 4-1〉 인권보도준칙의 ‘성평등 준칙’

구분	측정 방법	내용
성평등 (성별과 성역할 고정관념)	1. 언론은 성별과 성 역할에 대한 잘못된 고정관념을 강화하는 성차별적 표현을 사용하지 않는다. 1) 양성의 특성을 지나치게 부각하거나 성별을 불필요하게 강조하는 표현. 2) ‘미망인’ 등 잘못된 가부장적 표현. 3) 성별에 대한 고정관념을 야기할 수 있는 표현. 4) 양성의 성 역할을 이분법적으로 고정화하는 표현.	전문직 여성에게 성별을 불필요하게 강조한 표현 잘못된 가부장적 표현 부정적 이미지를 연상시키는 표현에 여성을 지칭하는 용어를 사용한 경우 가부장제에서의 전통적 여성의 ‘역할’과 ‘지위’를 강조하는 표현 성역할에 대한 고정관념을 강화시키는 표현 양성애에 해당하는 통계자료에서 특정 성만 표현
성차별 (성적 대상화 및 성상품화)	2. 언론은 사람을 성적으로 대상화하거나 성을 상품화하는 보도를 하지 않는다. 1) 성적 또는 신체적 특성을 과도하게 강조하는 표현. 2) 사람의 특정 신체 부위를 부각하는 사진이나 영상.	선정적이거나 여성을 비하하는 표현 여성을 성적 대상으로 비하하는 표현

2) 방송통신심의위원회의 방송심의를 관한 규정 중 양성평등 규정

방송통신심의위원회규칙은 행정규칙으로 제30조에 양성평등 조항으로 명시하고 있다. 성평등 관점에서 양성을 균형이 있고 평등하게 묘사하고, 객관적인 근거 없이 특정 성의 외모, 성격, 역할 등을 획일적으로 규정하는 내용으로 성 역할에 대한 고정관념을 조장하여서는 아니 된다고 규정하고 있다.

성차별 관점에서는 성차별적인 표현을 하여서는 아니 되고, 특정 성을 다른 성보다 열등한 존재로 다루지 말아야 한다고 규정하고 있다.

〈표 4-2〉 방송통신심의위원회의 ‘양성평등 규정’

구분	측정 방법
양성평등	제30조(양성평등) ① 방송은 양성을 균형있고 평등하게 묘사하여야 하며, 성차별적인 표현을 하여서는 아니 된다. ② 방송은 특정 성(性)을 부정적, 희화적, 혐오적으로 묘사하거나 왜곡하여서는 아니된다. ③ 방송은 특정 성을 다른 성보다 열등한 존재로 다루거나 객관적인 근거 없이 특정 성의 외모, 성격, 역할 등을 획일적으로 규정하는 내용으로 성 역할에 대한 고정관념을 조장하여서는 아니 된다.

3) 대중매체 양성평등 모니터링보고서의 성평등/성차별적 내용 분석

한국양성평등교육진흥원에서는 매월 대중매체 양성평등 모니터링 결과를 월간보고서로 발간·배포되며, 일부 성차별 사례는 방송통신심의위원회 등 관계기관에 심의개선 요청을 하고 있다. 대중매체 양성평등 모니터링 점검항목은 크게 성평등적 내용과 성차별적 내용으로 구분되고, 성평등적 내용은 주체성, 현실 반영성, 다양성, 대안성을 살펴보고, 성차별적 내용은 성역할 고정관념, 성희롱·성폭력 정당화 등을 점검하고 있다.

〈표 4-3〉 대중매체의 ‘양성평등 모니터링’

성평등 점검 항목		내용	성차별 점검 항목	내용
성 평등적 내용	주체성	여성을 주체로서 다루고 있는가? 여성의 시각에서 문제를 보고 있는가	성차별적 내용	성역할 고정관념을 조장

성평등 점검 항목		내용	성차별 점검 항목	내용
	현실 반영성	성불평등적인 젠더 관계에 대한 문제의식을 바탕으로, 여성이 처한 문제와 상황을 잘 파악하여 남녀 불균형적인 현실을 적절히 묘사하고 있고, 성평등을 위한 문제 해결방식이 과장되거나 희화화되지 않는 방식으로 제시하고 있는가? 또한 이 문제가 많은 여성의 상황을 대변하는가?		여성의 주체성 무시 / 남성 의존성향 강조
	다양성	여성과 남성의 역할을 다양하게 표현해 주고 있는가?		성희롱·성폭력 정당화
	대안성	대안적 해결방안을 제시하고 있는가?		외모지상주의 조장
		여성의 성적대상화		
		성적 이미지를 연상케 하는 단어와 행동의 무분별 사용 선정성		
			기타	

4) 경기도 성평등 홍보물 제작 체크리스트

경기도 성평등 홍보물 제작 체크리스트에서는 성별 고정관념, 외모지상주의, 성별대 표성 불균형, 가족에 대한 고정관념/편견, 폭력에 대한 왜곡된 시각, 이미지의 배치와 비중을 다루고 있다. 성평등 관점에서 성역할 고정관념, 외모지상주의, 성별대표성 불균형, 가족에 대한 고정관념 등을 규정하고 있다. 성차별적 관점에서, ‘성차별적 언어표현’을 하지 않도록 하고, 특정 성이 ‘이미지의 배치와 비중’에서 특정 성의 배치와 크기 등 비중에 대해 외모 차별을 받지 않도록 규정하고 있다.

〈표 4-4〉 경기도 성평등 홍보물 제작 체크리스트

범주		세부 내용
성별 고정 관념	성역할 고정 관념 및 편견	[직업상의 위계] 남성은 회사 중역 등 중심적 역할로, 여성은 비서 등 보조적 역할로 그려지고 있는가?
		[직군의 분리] 남성은 과학자, 첨단산업종사자, 건설노동자, 사업가, 여성은 콜센터 직원, 돌봄노동자, 판매원, 서비스업 종사자로 그려지고 있는가?
		[취미, 관심분야] 여성은 쇼핑, 음악, 문학에 남성은 스포츠나 게임, 기계, 테크놀로지에 관심이 많은 것으로 묘사되고 있는가?

범주	세부 내용
II '여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견	[인성] 여성은 순종, 암전, 의존, 소극, 유약, 놀람, 당황, 보호받는 대상으로 남성은 강인, 씩씩, 적극, 당당, 용감, 책임, 보호하는 주체로 그려지고 있는가?
	엄마, 아줌마, 중년여성이 시대에 뒤쳐진, 무능한, 잔소리하는, 귀찮게 하는, 철면피한 존재로 그려지고 있는가?
	육아휴직 중인 남성이나 전업주부 남성을 무능력한, 사회적 지위를 갖지 못한 남성으로 희화화하고 있는가?
	[스타일] 여성은 분홍색, 긴 머리, 짧은 치마를 남성은 파랑색, 짧은 머리, 와이셔츠를 입고 있는가?
III 성차별적 언어 표현	[성별 역할] 여성의 역할을 비하하는 표현을 사용하는가?
	[성별 속성] 여성성, 남성성의 규범을 표현하거나 강요하는가?
	[비하나 모욕] 비하적인 용어로 상대방을 규정하는가?
	[성적 대상화] 상대를 성적으로 대상화하는 표현을 사용하는가?
외모지상주의	[외모 규범] 여성은 예쁘고 날씬하고 몸매가 좋아야 하고 남성은 잘생기고 키 크고 건장하고 근육질이어야 한다는 규범을 포현하고나 강요하는가?
	[외모 차별] 못생긴/뚱뚱한 여자를 희화화하거나 작고/왜소한/뚱뚱한 남자를 희화화하는가?
성별대표성 불균형	등장인물의 다양성이 확보되어 있는가? (특정한 성별, 연령, 인종, 장애여부 등을 과도하게 포함하거나 배제하고 있는가?)
가족에 대한 고정관념/편견	[가족의 형태] 다양한 가족형태를 나타내는가? (부모 자녀로 구성된 가족 외 한부모가족, 조손가족, 대가족, 다문화 가족 등)
	[가족 내의 성역할] 여성은 가사, 육아담당자로 남성은 경제적 부양자로 나타나고 있는가?
폭력에 대한 왜곡된 시각	성별을 기준으로 폭력의 가해자와 피해자를 구분하는가?
	부부, 연인, 친구 등 가까운 사이의 폭력을 사소한 문제라고 가정하고 있는가?
	피해자의 옷차림이나 행동, 대응방식이 성범죄를 유발한다는 내용을 암시하고 있는가?
이미지의 배치와 비중	[중심/주변 배치] 특정성이 중심에 다른 성이 주변에 배치되어 있는가?
	[정면/측면 배치] 특정성이 정면을 응시하고 다른 성이 옆을 보거나 뒷모습으로 재현되어 있는가?
	[비중과 명암: 크게/작게] 특정성이 크게/선명하게/앞쪽에 그려지고 다른 성이 작게/흐리게/뒤쪽에 재현되어 있는가?

2. 국외 사례

1) 성평등을 위한 유럽기구의 미디어 성평등 가이드라인

성평등을 위한 유럽기구(European Institute for Gender Equality)는 미디어 내용의 젠더 고정관념, 미디어 인력 구조와 성평등, 미디어 내 의사결정 구조와 성평등이라는 세 가지 기준 하에서 미디어 성평등을 진작시키기 위한 가이드라인을 제시하고 있다. 미디어 성평등 가이드라인은 크게 성 역할 고정관념 및 편견, 가족에 대한 고정관념, 편견에 대한 개선을 제시하고 있어 성평등 관점에서 적용하고 있다.

〈표 4-5〉 성평등 유럽기구의 ‘미디어 성평등 가이드라인’

구분	미디어 성평등 가이드라인
존엄성 존중	① 방송은 여성과 남성의 묘사, 보도, 재현에서 그들의 존엄성을 존중하여 표현해야한다. 텔레비전 및 라디오 프로그램은 남녀평등 기회를 촉진해야한다.
다양한 역할	② 남성과 여성은 전통적인 내용이든 그렇지 않은 것이든 유급 노동, 사회, 가족, 여가 활동에서 다양한 역할로 묘사되어야한다. 남자와 여자 모두 가사노동과 가정의 관리를 담당하며, 가족을 지원하기 위한 결정을 내리는 존재로서 묘사되어야한다.
다양한 가족 형태	③ 텔레비전과 라디오 방송은 여성과 남성간의 결혼뿐만 아니라 한 부모 가족, 입양 아동이 있는 가족 등 다양한 구성원으로 이루어진 가족의 형태를 보여주어야 한다. 특정 가족 형태가 비정상적인 가족처럼 묘사되거나, 불쌍한 상태로 묘사되어서는 안 된다.
양육 균등	④ 가족계획, 복지, 어머니와 자녀의 건강, 어린이의 교육 같은 주제는 여성과 남성 모두가 다룰 수 있도록 업무를 배분해야한다.
나이,능력,외모,직업,가족 다양성	⑤ 방송은 나이, 능력, 외모, 직업, 가족 상태에서 다양성을 가진 남성과 여성의 묘사에서 다양성을 보장해야한다. 방송은 가족 내 성역할 고정관념에서 벗어나 양성 평등성을 강조해야한다.
성 역할 고정관념 제거	⑥ 미디어는 성역할 고정 관념을 제거해야한다.

2) 미디어를 위한 젠더가이드(성평등한 언어사용과 묘사 미니가이드)

Women in news에서 발간한 ‘A Gender Balance Guide For Media’는 콘텐츠의 성 균형을 개선 할 수 있도록 설계된 뉴스 조직을 위한 성 균형 가이드를 발표하였다. 가이드의 내용은 크게 성역할 고정 관념, 성별 균형 참여 등에 성평등한 언어사용과 묘사를 하도록 제안하고 있다.

〈표 4-6〉 성평등한 언어사용과 묘사 미니가이드

구분	점검 내용
1. 성별 고정관념 (여성을 배제하는 직업의 직책표기 지양)	<ul style="list-style-type: none"> • 중성적이고 중립적인 직책을 사용하라: policeman 대신 po\~lice officer, chairman 대신 chairperson 등을 사용하라. 또한 배우의 경우 actress, 웨이터의 경우 waitress의 표현은 사용하지 않는다. • 직책에 성별을 표기하지 않는다. 변호사 성별이 여성이라고 굳이 '여성 변호사'로 표기할 이유가 없다. 간호사가 남성이라고 역시 '남성 간호사'라고 적을 이유가 없다. 이렇게 직업에 성별을 굳이 표기하면 특정 직업군에 대한 성별 고정관념을 강화하거나 단지 남성 또는 여성만이 할 수 있는 일이라는 편견을 더욱 강조하는 결과를 가져온다.
2. 성별 균형 참여 (여성과 남성을 동등하게 대우하는지를 확인하기)	<p>가역성(reversibility)과 유사성(parallelism)은 당신이 젠더 고정관념을 가지고 있는지 여부를 판단하는데 매우 효과적이다.</p> <p>가역성 : 비슷한 방식으로 남성에게도 똑같이 적용해 표현할 수 있는지 그리고 그 내용이 우스꽝스럽지 않다면? 만약 이러한 방식의 적용 결과가 'no'라면, 당신은 고정관념을 가지고 있는 것이다.</p> <p>예)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 여성은 브루넷 (brunette: 짙은 갈색 머리의 백인 여성)이지만 남성은 갈색 머리 (brown hair)를 하고 있다. • 힐러리 클린턴은 '날카로운 목소리'(shrill voice)를 가졌다고 묘사됐지만, 도널드 트럼프의 목소리 톤에 대해 언급한 적이 없다. • '37살 매건 마클은 해리 왕자와 5월에 결혼했다.' <p>유사성: 직책, 인성, 성격 등에 있어서 남성과 여성을 동등하게 대우 했는가</p>

자료: Women in news(2020), Amplifying women's voices A Gender Balance Guide For Media

3) 몰타의 방송미디어 분야의 성 평등 및 성 묘사에 관한 지침

이 지침은 텔레비전과 라디오 프로그램에서 성역할 묘사를 다루며, 방송 매체의 고정관념 문제를 해결하고, 미디어 이미지 및 작품은 여성과 남성의 동등한 대표성을 제공해야 하는 것이다. 라디오 및 텔레비전 방송국은 성별에 따른 차별과 타락 표현을 배제하고, 한 성별에 대한 부정적이거나 불평등한 성 역할 묘사와 관련된 문제들을 개선하는 것이다. 또한, 방송미디어생산자들이 남성과 여성에 대한 긍정적인 이미지를 개발하고 성 차별적인 이미지를 제거하도록 돕기 위해 만들어졌다. 결국 방송 프로그램에서 성에 대한 불평등 묘사가 발생하는 것을 줄이고, 성 역할 고정관념을 영구화하기 보다는 평등하고 변화를 촉진하는 것이다.

〈표 4-7〉 성 평등 및 성 묘사에 관한 지침

구분	성 묘사
존엄성 보장	<p>① 방송사는 여성의 묘사, 보도 및 표현을 보장해야 한다.</p> <p>남자들은 여성들의 존엄성을 존중합니다. 텔레비전과 라디오 프로그램은 다음과 같은 남녀 노소 기회를 균등하게 촉진해야 한다.</p>

구분	성 묘사
다양한 역할	② 남성과 여성은 전통적인 역할과 비전통적인 역할 모두로 묘사되어야 한다. 남자와 여자는 가족을 부양하기 위한 결정과 가정 업무와 가정 관리에서 유급 노동, 사회, 가족, 여가 활동에서 모두 보여야 한다.
가족 구조의 다양성	③ 텔레비전과 라디오 프로그래밍은 가족 구조의 다양성을 묘사해야 한다. 즉, 단지 그것만이 아니다. 여성과 남성의 결혼이지만 미혼모와 입양아에 대한 묘사는 실제로, 다른 가족 구조의 묘사는 피할 수 있는 방식으로 이루어져야 한다.
여성과 관련된 과제 인식	④ 방송사들은 보통 여성과 관련된 과제의 인식을 촉진하고 묘사해야 한다. 그것들은 전통적인 남성 과제로서 동등하게 중요하며 두 성별에 의해 수행되어야 한다.
양육 균등	⑤ 가족계획, 복지, 엄마와 아이의 건강, 교육과 같은 특정한 과목들 그리고 아이들을 양육하는 것은 남성과 여성 모두를 향해야 한다.
연령 다양성	⑥ 방송인은 연령의 다양성을 가진 남성과 여성의 표현에서 다양성을 보장해야 한다. 능력, 신체적 외모, 직업, 가족 지위. 방송사들은 강조해야 한다. 가족 내에서 남녀의 성 평등과 비절제적인 성 역할이다.
성역할 고정 관념 제거	⑦ 미디어는 성역 할 고정 관념을 제거해야 한다.
여성 열등 묘사 자제	⑧ 방송사들은 성적인 대상으로 이용하는 것이 불법이기 때문에 여성을 열등한 존재로 내세우는 것을 자제하도록 권장한다.
부정적 성 역할 묘사 제거	⑨ 방송사는 부정적인 성역 할 묘사를 제거해야한다. 이것은 표현을 뜻한다. 특정 역할, 행동 유형 및 특성을 기준으로 사람들에게 관련시킨다, 각 개인의 특성을 고려하지 않고 성별 묘사를 제거한다.
역할의 부정적 언급 제거	⑩ 여성, 남성 또는 어린이의 역할에 대한 부정적인 언급은 제거되어야 한다.
남성의 가부장적 관계 강화 제거	⑪ 프로그램은 더 강력한 것으로 보여지는 남성이 있는 사회의 가부장적 권력 관계를 강화해서 는 안 된다. 방송 매체는 특정 역할을 지나치게 강조해서는 안 된다. 주로 가정적이고 성적인 역할을 하고 순종적으로 묘사하는 여성들로 묘사하면 안된다.

4) 일본의 小金井市(고가네이시) 인쇄물 미디어 점검 사례

인쇄물 미디어 점검 내용은 크게 성역할 고정관념 및 편견, 성차별적 표현/비하/외모 지상주의, 성별 대표성 불균형에 대한 개선을 제시하고 있다.

〈표 4-8〉 고가네이시의 성역할 고정관념적 표현의 유의사항

구분	내용
문제점 1	남녀 어느 쪽에 편향된 표현 남녀 쌍방을 대상으로 하고 있음에도 불구하고, 특정 성별만을 대상으로 하고 있는 듯한 인상을 주지 않도록 해야 한다.
주의할 표현	- 특정 성별을 의미하는 단어를 전체를 대표하는 용어를 사용하는 것 예 : 부형(父兄), 샐러리맨, 부모 등 - 등장인물이 남성 혹은 여성만 있는 경우, 인수의 균형을 깨는 듯한 묘사 - 남녀 함께 참가하는 회의/행사/장소 표현 시, 한쪽 성별만을 등장시킬 경우

구분	내용
응용편	<ul style="list-style-type: none"> - 특정 성별을 의미하는 단어로 모두를 대표하는 용어의 경우 수정 필요함 예 : 부모→보호자, 샐러리맨→회사원, 근로자, 급여생활자, 부모→보육자 - 등장인물의 남녀 수와 역할 등의 균형, 어느 한쪽의 성별을 강조하지 않도록 - 회의와 행사 장소를 묘사할 경우, 남녀 함께 등장하도록 할 것
문제점 2	<p>성별에 따른 이미지를 고정화 하는 표현</p> <p>남녀 역할분담 의식과 직업 등의 이미지를 강조하기도 하며, 개성을 성별과 연동시키는 표현을 사용함으로써 불쾌감을 전하지 않도록 할 것</p>
주의할 표현	<ul style="list-style-type: none"> - 회사에서 일하는 역할은 남성, 가사와 육아, 간호 하는 역할은 여성으로만 묘사 - 관심 있는 일과 취미 (놀이와 스포츠)를 성별로 결정하여 묘사 - 호쾌한 것을 「남성적」, 섬세한 것을 「여성적」으로 표현 예 : 남자 주제에, 여자 주제에, 계집애
응용편	<ul style="list-style-type: none"> - 직업과 직종 등을 표현할 경우, 남녀 어느 한쪽에 치우치지 않도록 할 것 - 남녀 함께, 가사, 육아, 간호 등에 관여하는 모습으로 표현할 것 - 남자와 여자들의 다양한 놀이 모습을 표현 할 것
문제점 3	<p>남녀가 대등한 관계가 되어 있지 않은 표현</p> <p>남녀의 어느 한쪽이 중심적, 다른 한 쪽을 보수적·종속적 존재로 결정짓는 표현과, 성별에 의한 능력과 적성의 우열이 있는 듯한 표현의 누적으로 잘못된 의미가 부여되지 않도록 해야 함. 남녀 불평등이 나타나지 않도록 상하 혹은 우열이 나타나는 표현은 삼가야 함</p>
주의할 표현	<ul style="list-style-type: none"> - 상사와 의장역을 미리 성별을 정하여 묘사하는 경우 - 가해자는 남성, 피해자는 여성이라는 표현하는 경우 - 가족 중에 남성이 항상 상위·중심에 있는 듯한 인상을 전하는 표현을 사용함
응용편	<ul style="list-style-type: none"> - 상사와 의장역을 표현하는 경우, 특정 성별에 치우치지 않도록 묘사할 것 - 가족을 표현할 경우, 내용에 부합하면서도 적절한 표현을 고민할 것
문제점 4	<p>남녀가 서로 다르게 표현</p> <p>이유도 없이 남녀를 서로 다른 표현을 사용하여, 공평성과 중립성을 잃지 않도록 해야 함 특히 필요도 없이 여자를 씩우는 표현을 사용하면 지금까지 주로 남성이 담당하고 있던 분야에 여성이 진입 한 것을 특별하게 생각하는 인상을 줄 수 있다. 통계상의 공정성이 결여된 표현에도 조심해야 한다</p>
주의할 표현	<ul style="list-style-type: none"> - 필요도 없이, 여성의 경우에 한정하여 성별을 나타내는 단어를 붙여 표현한다. 예 : 여류작가, 여사장, ○○여사 등 - 통계상, 근거 없이 남녀 어느 한쪽의 수치를 특별히 나타내어 표기한다. 예 : 「○명 (그 중 여성○명)」, 「○명 (그 중 남성○명)」
응용편	<ul style="list-style-type: none"> - 성별을 나타내는 표현을 바꾸어 사용해 보고 변경된 단어가 의미전달이 되는지 혹은 위화감이 없는지를 확인한다. 예: 「여류작가」「남류작가」→「작가」, 「○○여사」「○○남사」 - 통계상 내용에 부합하도록 표기한다. 예 : 「○명 (남성○명, 여성○명)」
문제점 5	<p>사람들의 이목을 끌기 위한 수단으로써 사용하는 표현</p> <p>전하고 싶은 내용과 관계 없이, 한 쪽 성별의 외모와 성적측면을 강조한 표현을 사용하여 불쾌감을 주지 않도록 해야 함. 많은 사람들이 공감가능한 표현수법이 되는지 확인할 것</p>
주의할 표현	<ul style="list-style-type: none"> - 필요하지도 않는데, 내용이 선과 악 등을 강조하는 단어를 사용하여 표현 하는 경우 - 내용과 무관하게 수영복과 미니스커트 모습등의 여성이 등장하는 경우
응용편	<ul style="list-style-type: none"> - 사진과 일러스트를 사용하는 경우 내용과의 적합성을 생각해야 함 - 시설 소개와 관광팸플렛 등에서는 다양한 성별·연령의 인물을 등장시켜야 함

자료: www.city.koganei.lg.jp/shisei/danjokiyodosankaku/taisakusodan/danjjoy_hyogen_tebiki.files/danjyo_hyogen_tebiki.pdf 자료를 재정리함

3. 소결

국내 사례는 성평등적 내용(성별과 성역할 고정관념 등), 성차별적 내용(성적 대상화 및 성상품화 등)을 분석하였다. 이에 대한 시사점은 다음과 같다.

첫째, 성평등적 차원에 있어 다양성을 공통적으로 반영하고 있다. 여성과 남성의 역할을 다양하게 표현해 주고 있는지에 대한 점검이 중요하다고 보고 있다. 성역할과 지위, 외모, 성격, 직업 및 취미, 인성, 여가활동, 나이, 능력, 가족 등에 대해서 다양한 역할로 표현되고 있는지가 점검의 주요사항임을 알 수 있다.

둘째, 성차별적 차원에 있어 외모지상주의 조장을 공통적으로 반영하고 있다. 선정성과 성적대상화, 스타일, 외모 규범 및 차별, 외모 다양성 등에 대해서 여성의 외모를 지나치게 부각하거나 물리적 아름다움에만 집중하는 것에 대해 주의를 주고 있음을 알 수 있다.

〈표 4-9〉 국내 사례 분석

구분	성 평등적 내용				성 차별적 내용		
	주체성	현실 반영성	다양성	대안성	여성의 주체성 무시	외모지상 주의 조장	여성의 성적대상화
국내 지표	인권보도준칙		○			○	○
	방송통신심의 위원회		○	○		○	
	대중매체 양성 평등 모니터링	○	○	○	○	○	○
	경기도 성평등 홍보물 제작 체크리스트			○		○	○

국외사례는 성별 구분 또는 고정관념, 성별 특성, 성별 균형 참여, 성별 통계 등을 분석하였다. 이에 대한 시사점은 다음과 같다.

첫째, 성별 특성과 성별 균형참여에 대해 공통적으로 나타나고 있다. 주로, 신체적, 사회 문화적 차이 등 성별 특성과 관련된 규정이 있는지, 성별로 균등하게 참여하도록 노력하고 있는지 점검 포인트를 두는 것이다.

둘째, 점검하는데 있어 피평가자의 평소 고정관념에 따라 주관적으로 판단하거나, 판단하는데 모호하여 어려움이 발생할 수 있다. 따라서, 점검지표와 점검 포인트를 상세히

기술하고 사례 등을 제시하여 이해를 증진시켜야 한다.

또한, European Institute for Gender Equality, 몰타의 방송미디어 분야의 성 평 등 및 성 묘사에 관한 지침 등에서 다양한 역할과 가족 구조의 다양성을 공통적으로 제시하고 지표 개발에서 등장인물 다양성과 가족구성 다양성 등에 대한 고려가 필요하다.

종합적으로 지표를 개발할 때에는 성평등적 요소와 성차별적 요소가 포함되어야 하고, 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠의 실행력을 제고하기 위해서는 성별 고정관념과 성별 균형참여에 대한 점검 포인트를 두고 추진해야 함을 확인할 수 있다.

〈표 4-10〉 국외 사례 분석

구분	성별 구분 또는 고정관념	성별특성	성별 균형참여	성별 통계
	European Institute for Gender Equality	○	○	○
국외 지표	A Gender Balance Guide For Media'	○	○	
	몰타의 방송미디어 분야의 성 평등 및 성 묘사에 관한 지침	○	○	○
	일본의 인쇄물 미디어 점검(小金井市)	○	○	○

양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검방안 연구

제5장

양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검방안

제1절 기본 방향

앞서 살펴본 바와 같이, 지역관광 지역관광정책에서 양성평등 관점이 어떻게 적용되어야 하는지에 대한 논쟁과 논의가 없다보니 지역관광 콘텐츠의 실태 파악이 제대로 이루어지지 않고 있다. 그렇다면 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검 이슈인 관광콘텐츠 제작 단계에서의 성인지 감수성 결여, 관광콘텐츠 점검 단계에서의 성역할 고정관념의 자의적 해석 우려 및 성인지 감수성 판단 기준 모호성을 어떻게 극복해나갈 것인가? 이는 젠더 갈등의 주된 원인은 성별 불평등이고, 성별 불평등은 성 역할 고정관념에서 초래하고 있기 때문에 성별 불평등을 해소하기 위해 성역할 고정관념에 대한 실태파악과 세부적인 점검방안 마련이 모색되어야 한다. 따라서, 정부 홍보물 성별영향평가 점검 지표를 토대로 기존 점검지표에서 설명할 수 없거나 불필요한 지표, 수정이 필요한 지표, 지역관광 콘텐츠의 특수성을 반영한 추가지표를 제안하여 양성평등 관점에서 점검지표를 개발하여 점검체계에서 점검지표가 제대로 작용할 수 있는 방안 마련이 필요하다. 지역관광 콘텐츠 내용 분석 결과 ‘성 역할 고정 관념 및 편견’ 점검항목은 성별 캐릭터 표현방법, 특정 성별의 고정화된 역할, 단어의 성역할 고정관념에서 점검이 이루어지고, 특정 성별의 다양한 활동과 역량 묘사가 필요하였다.

‘성차별적 표현/비하/외모지상주의’ 점검항목에서는 외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적 대상화가 나타나 점검이 필요하고, 특정 성별의 고정된 이미지나 등장인물의 성별로 외모, 복장, 동작 한정 탈피가 필요하였다.

‘폭력에 대한 왜곡된 시각’ 점검항목에서는 문구 표현에서 성적 대상화나 성 데이트 폭력에 대한 왜곡된 시각에 대한 점검이 이루어지고, 성적 대상화 등 왜곡된 시각을 가지 않도록 사전 단계의 양성평등 교육 및 제작안내서 발간 검토가 필요하였다.

‘가족에 대한 고정관념/편견’ 점검 항목에서는 가족 형태의 편중 및 가족 내 역할을 특정 성별로 한정하고 있어, 가족구성과 가족 내 역할 등이 다양성 확보 점검 필요하였다.

‘성별 대표성 불균형’ 점검항목에서는 특정성별 및 연령 편중이 되고 있어, 특정 집단 편중 탈피 및 홍보물 내레이션으로 포함된 목소리 주체 다양성 확보 점검이 필요하였다.

점검지표 사례 분석 결과 공통적으로 ‘성역할 다양성’과 ‘외모지상주의’가 성평등적 내용(성별과 성역할 고정관념), 성차별적 내용(성적 대상화 및 성상품화)에서 나타났다. 이는 여성과 남성의 역할을 다양하게 표현하고, 특정성별의 고정된 이미지나 등장인물의 외모 등을 한정하는 것을 탈피하도록 점검지표 개발이 이루어져야 하는 것이다. 점검 포인트 사례 분석 결과 ‘성별 고정관념’과 ‘성별균형참여’가 공통요소로 나타났다. 이는 성별에 따른 이미지를 고정화된 표현을 지양하고, 여성과 남성을 동등하게 대우하고 참여하는지를 확인하는 것이 중요한 점검 포인트로 보고 있다. 이를 위해 사전 단계에 있어서의 진단 및 별도심의, 제작 단계에서의 내용 점검, 사후 단계에 있어서의 모니터링과 점검결과 이행조치가 필요하다.

본 연구에서는 지역관광 콘텐츠의 양성평등 모니터링 분석결과를 토대로 점검방향을 설정하였다. 점검 방향은 크게 두 가지 측면에서 구분 해 볼 수 있다. 첫째, 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 지표 개선이다. 기존의 정부 홍보물의 성별영향평가표가 가지고 있는 한계인 지역관광 특수성 미반영을 극복하기 위해 전문가모니터링을 통해 기존 지표와 점검 착안사항 등을 마련하여 적합한 지표를 개선하여 지역관광 콘텐츠를 내용적으로 점검하는 방안을 마련하는 것이다. 둘째, 양성평등 관점의 점검체계 마련이다. 지역관광 콘텐츠 기본틀, 점검 목적, 점검 주체, 점검대상, 점검 단위, 점검 대상 선정, 점검 방법, 점검 및 이행조치 절차, 점검 지원체계(정부 및 지방자치단체 역할 포함) 등 절차적 타당성을 확보하는 것이다.

〈표 5-1〉 지역관광 콘텐츠의 양성평등 점검 방향

구분	항목	내용
점검 지표	기준 지표	지표(항목), 세부지표 등 2가지 측면에서 점검
	점검 착안사항	관광객의 복합성, 관광자원의 적합성, 관광객과 관광자원의 다양성
점검 체계	기본 틀	사업추진단계에 따라 3단계 점검(사전, 제작, 사후) 및 성별영향평가
	점검 목적	양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 기획 및 제작, 운영, 홍보
	점검 주체	자가진단을 원칙으로 하고, 우려사항 발생시 전문가 모니터링
	점검 대상	지방자치단체의 지역관광콘텐츠(온라인·오프라인 홍보물)
	점검 단위	양성평등 관점의 지역관광콘텐츠 점검은 중앙부처 점검과 자가점검
	점검 대상 선정	자가점검결과 미흡하다고 판단되는 지역관광콘텐츠
	점검 결과 이행조치	이행확인에 대한 내부통제 수단 및 시정조치 불이행시 독촉 규정을 마련하고 시정조치 이행 확인을 위한 상시점검체계 구축
	점검 지원 체계	지방자치단체 대상 수요조사하여 중앙단위 모니터링단 운영

제2절 지역관광 콘텐츠 점검지표 개선

1. 지표의 체계 개선

지역관광 콘텐츠 점검 결과 지역관광 콘텐츠는 크게 세 가지 측면의 한계점으로 분석하였다. 첫째 등장인물의 획일적·표면적 해석, 둘째, 등장인물 구성요소 사이의 부조화, 셋째, 표현방식의 편중 등이다. 등장인물 해석 측면에서 대상의 다면적 분석을 통한 심층적이고 다양한 요소와 역량을 묘사할 필요가 있다. 또한, 콘텐츠 구성요소간의 조화 측면에서 관광지 상황 및 관광자원의 특성에 맞는 내용으로 묘사할 필요가 있다. 표현방식의 다양성 측면에서도 특정 집단에 편중되지 않거나 특정 성의 역할을 고정하지 않는 표현을 지향해 나갈 필요가 있다.

기존 정부홍보물 성별영향 평가 지표에서 일부 내용을 수정하고, 추가적으로 관광의 특수성을 반영하여 다음과 같이 제시할 수 있다.

폭력에 대한 왜곡된 시각 점검 지표는 범죄에 대한 성별 구분, 가까운 사이의 폭력, 범죄의 원인 등에 대한 것으로, 지역관광 콘텐츠는 이러한 내용보다는 ‘관광활동’중에서 발생할 수 있는 육체적, 언어적, 시각적 행위를 통해 나타나는 문제를 점검할 필요가 있다. 따라서, 남녀고용평등과 일·가정 양립 지원에 관한 법률 시행규칙 [별표 1]에서 직장 내 성희롱을 판단하기 위한 기준의 예시¹¹⁾로 육체적 행위, 언어적 행위, 시각적 행위로

11) 성희롱이란 상대방에게 불쾌감을 주는 원치 않은 성적 행위를 의미함. 이 중 육체적 행위는 입맞춤, 포옹 또는 뒤에서 껴안는 등의 신체적 접촉행위/가슴·엉덩이 등 특정 신체부위를 만지는 행위/ 안마나 매무를 강요하는 행위임. 언어적 행위는 음란한 농담을 하거나 음탕하고 상스러운 이야기를 하는 행위(전화통화 포함)/ 외모에 대한 성적인 비유나 평가를 하는 행위/ 성적인 사실 관계를 묻거나 성적인 내용의 정보를 의도적으로 퍼뜨리는 행위/ 성적인 관계를 강요하거나 회유하는 행위/ 회식자리 등에서無理하게 옆에 앉혀 술을 따르도록 강요하는 행위임. 시각적 행위는 음란한 사진·그림·낙서·출판물 등을 게시하거나 보여 주는 행위(컴퓨터통신이나 팩시밀리 등을 이용하는 경우 포함)/성과 관련된 자신의 특정 신체부위를 고의적으로 노출하거나 만지는 행위임. 그 밖에 사회통념상 성적 굴욕감 또는 혐오감을 느끼게 하는 것으로 인정되는 언어나 행동도 있음

이미지를 사용하거나 사진이나 영상을 통해 표현하는지로 수정하였다.

〈표 5-2〉 정부홍보물 성별영향평가 점검지표

지표(항목)	세부 지표
성 역할 고정관념 및 편견	① 성역할 고정관념을 강화시키는 내용이 있는가? ② '여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견을 드러내고 있는가?
성차별적 표현/비하/외모지상주의	① 성차별적 언어표현을 사용하고 있는가? ② 특정 성을 비하하거나 열등하게 묘사하고 있는가? ③ 외모지상주의, 외모차별, 희화화 혹은 신체를 부각해 성적 대상화하는 표현이 있는가?
폭력에 대한 왜곡된 시각	① 범죄의 가해자와 피해자 특성을 성별로 구분하여 표현하는가? ② 부부, 연인, 친구 등 가까운 사이의 폭력을 개인 간의 문제 혹은 사소한 문제라고 가정하고 있는가? ③ 범죄의 원인을 피해자에게 돌리는 내용을 담고 있는가?
가족에 대한 고정 관념/편견	① 가족 이미지를 특정유형으로만 한정하고 있는가? ② 가족 내 역할을 성별에 따라 고정하고 있는가?
성별 대표성 불균형	① 특정 성별, 연령에 치우쳐 있거나 배제하고 있는가?

〈표 5-3〉 지역관광 콘텐츠 양성평등 점검지표(안) 및 점검 포인트(안)

구분	세부 지표	
등장인물 해석의 다양성	점검 지표	① 특정 성별의 고정된 이미지나, 등장인물의 성별로 외모, 복장, 동작 등을 한정하지 않고, 특정 성별에 관계없이 다양한 활동과 역량으로 해석하여 묘사하고 있는가?
	점검 포인트	〈등장인물〉 · 남녀의 신체적 차이로 인해 성별로 다른 관광지나 관광자원을 소개하고 있는지 점검 · 관광활동 참여에 있어 성별에 따라 고정화된 역할이 있는지 점검 · 관광객의 동작, 복장 등이 특정성별에 따라 고정된 이미지로 사용하고 있는지 점검 · 관광활동 참여에 있어 신체적 특성을 과도하게 강조하거나 특정 신체부위를 부각하는 사진이나 영상을 제시하고 있는지 점검 〈관광자원(역사적 인물 등)〉 · 관광자원 소개에 있어 성역할에 편중되어 있지 않고 관광자원이 갖고 있는 업적과 역량에 대해 묘사하고 있는지 점검
콘텐츠 구성요소 간의 조화	점검 지표	① 관광지 상황 및 관광자원의 특성에 부합한 복장이나 동작으로 구성하고 있는가?
	점검 포인트	· 특정 성별이 관광활동 참여에 있어 관광지나 관광자원 소개와 무관하게 외모, 복장, 동작 등으로 묘사되고 있는지 점검 · 관광지나 관광자원을 소개하거나 관광활동 참여에 있어 특정성을 상품화하고 대상화하여 묘사하고 있는지 점검
표현방식의 다양성	점검 지표	① 내레이터의 표현방식(홍보물이 내레이션으로 포함된 목소리 등)이 성별, 연령별 다양성이 존재하는가? ② 특정 집단에 편중되지 않고 가족구성고 계층 등이 다양한 유형으로 제시하고 있는가? ③ 가족 내 역할을 성별에 따라 고정하지 않고 다양하게 제시하고 있는가?

구분		세부 지표
	점검 포인트	<ul style="list-style-type: none"> · 홍보물에 제시된 인물의 특정 성별이나 특정 연령에 과도하게 포함하거나 배제하고 있는지 점검 · 홍보물에 내레이션하는 인물의 성별과 연령이 균형감있게 등장하고 있는지 점검 · 관광활동 참여에 있어 노인, 임산부, 어린이, 장애인, 영유아동반자, 편부모, 조손가족, 대가족, 다문화가족, 1인가구 등 다양한 가족구성을 제시하고 있는지 점검 · 관광활동 참여 있어 특정성별의 돌봄 등 제한적으로 묘사하고 있는지 점검
성희롱 표현 유무	점검 지표	<ol style="list-style-type: none"> ① 관광활동 참여에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 원치 않은 육체적 행위로 이미지를 사용하거나 사진이나 영상을 통해 표현하는가? ② 관광활동 참여에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 원치 않은 언어적 행위로 이미지를 사용하거나 사진이나 영상을 통해 표현하는가? ③ 관광활동 참여에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 원치 않은 시각적 행위로 이미지를 사용하거나 사진이나 영상을 통해 표현하는가?
	점검 포인트	<ul style="list-style-type: none"> · 관광지나 관광자원을 소개하거나 관광활동 참여를 문구나 이미지, 영상으로 표현함에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 성적인 내용이 있는지 점검 · 관광지나 관광자원을 소개하거나 관광활동 참여에 있어 옷차림이나 행동, 언어 사용, 대응 방식이 성범죄를 유발하는 내용을 암시하고 있는지 점검

2. 세부 지표(안)

2.1 지표 개선방안

가. 전체 지표 중 ‘폭력에 대한 왜곡된 시각’을 ‘성희롱 유무 표현’으로 개선

경상북도과 전라남도의 관광홍보물 모니터링 결과 5개 영역 중 폭력에 대한 왜곡된 시각영역에 해당되는 부분은 찾아볼 수 없었다. 관광의 특성상 관광지 소개 등 공익적 정보를 제공하고 있기 때문에 관광점검 지표에서는 조정될 필요가 있다. 다만, 소수 사례에서 발견하였듯이 ‘옛보기’, ‘가슴캠’ 등 언어적 표현에서 성범죄에 연상될 수 있는 언어사용에 있어 유의할 필요가 있다. 따라서, 관광지나 관광자원을 소개하거나 관광활동 참여에 있어 ‘성폭력’보다는 ‘성희롱 유무 표현’ 측면에서 발생할 수 있는 점검지표를 마련하는 것이다. 관광지나 관광자원을 소개하거나 관광활동 참여에 있어 옷차림이나 행동, 언어사용, 대응 방식이 성범죄를 유발하는 내용을 암시하고 있는지 점검하는 것이다.

나. '성차별적 표현/비하/외모지상주의' 지표 중 성차별적 표현 및 비하 지표 삭제

경상북도와 전라남도의 관광홍보물 모니터링 결과 5개 영역 중 2번째 영역인 '성차별적 표현, 특정 성을 비하하거나 열등하게 묘사, 외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적 대상화하는 표현' 등을 살펴본 결과, 대부분 외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적 대상화하는 표현해 내용이 다수이다. 특히, 성차별적 표현, 비하에 대한 부분은 거의 없었으나, 외모지상주의나 신체를 부각하는 부분은 영상매체에서 주의가 필요하다. 구체적으로, 일반인들이 나왔던 영상이 아니라 새로 모델들을 섭외해서 촬영하는 경우, 남성보다는 여성의 비중이 높았으며, 의상이나 헤어, 포즈들이 영상에서 제시하는 내용과 관계없는 경우가 많다. 해당되는 부분은 지표를 확대될 필요가 있다.

다. 전체 지표 중 '성역할 고정관념 및 편견'과 '성차별적 표현/비하/외모지상주의' 통합

지표에서 '성역할 고정관념 및 편견', '성차별적 표현/비하/외모지상주의'의 항목들이 내용들을 보고서 구분해서 적용하기가 쉽지 않으며, 두 가지가 혼재되어 나타나고 있어 항목을 같이 묶는 것도 고려할 필요가 있다.

2.2 지역관광 콘텐츠 점검 지표(안)

앞서 지역관광 콘텐츠 내용 분석 결과 홍보물 주체적 관점에서 성역할 고정관념이 특정성에 대한 편향된 해석과 대표인물의 불균형성이 나타났고, 홍보물 객체의 성역할 고정관념에서도 관광자원과 부합하지 않은 복장 및 동작이 나타났다. 또한, 점검지표 사례에서 여성과 남성의 역할 다양성에 대해 주요 점검사항으로 나타났다. 따라서, 지역관광 콘텐츠의 점검지표는 등장인물 해석의 다양성과 콘텐츠 구성요소간의 조화, 표현방식의 다양성, 성희롱 표현 유무 등으로 구분하여 제시한다.

가. 등장인물 해석의 다양성

정부홍보물 성별영향평가 점검지표는 '성역할 고정관념 및 편견'과 '성차별적 표현, 비하, 외모지상주의'인데, 실제로 내용 분석 결과 성 역할 고정관념을 강화시키는 지표가 '외모지상주의'에 대한 편견을 포괄하고 있어 뚜렷하게 구분할 수 없기 때문에 하나의 대지표로 통합하

였다. “특정 성별의 고정된 이미지나, 등장인물의 성별로 외모, 복장, 동작 등을 한정하지 않고, 특정 성별에 관계없이 다양한 활동과 역량으로 해석하여 묘사하고 있는가?”로 제시한다.

나. 콘텐츠 구성요소간의 조화

정부홍보물 성별영향평가 점검지표 ‘성차별적 표현/비하/외모지상주의’에서 성차별적 언어표현 및 특정 성을 비하하거나 열등하게 묘사하는 사례는 소수이고, 대부분 외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적 대상화하는 표현이 발견되었다. 또한, 관광지 상황 및 관광자원의 특성에 부합하지 않은 복장이나 동작을 보여 관광자원이 아닌 등장인물의 외모에 집중하는 사례가 발견되었다. 콘텐츠 구성과의 조화 측면에서 “관광지 상황 및 관광자원의 특성에 부합한 복장이나 동작으로 구성하고 있는가?”로 제시한다.

다. 표현방식의 다양성

정부홍보물 성별영향평가 점검지표인 ‘가족에 대한 고정 관념/편견’과 ‘성별 대표성 불균형’은 가족 유형 및 역할을 성별에 따라 고정하고 있고, 홍보물의 내레이션에서도 특정 성별만 출연하는 사례가 나타났다. 이 두 가지 지표를 통합하여 “특정 집단에 편중되지 않고 가족구성과 계층 등이 다양한 유형으로 제시하고 있는가?”, “가족 내 역할을 성별에 따라 고정하지 않고 다양하게 제시하고 있는가?”, “나레이터의 표현방식(홍보물이 내레이션으로 포함된 목소리 등)이 성별, 연령별 다양성이 존재하는가?”로 제시한다.

라. 성희롱 표현 유무

정부홍보물 성별영향평가 점검지표인 ‘폭력에 대한 왜곡된 시각’은 언어적 표현에서 나타나고 있어 ‘성을 매개로 상대방의 의사에 반해 이뤄지는 모든 가해행위’인 ‘폭력’ 개념보다는 ‘성적 언행으로 상대방에게 불쾌감과 혐오감을 느끼게 하는 행위. 성적 언행에 거부하거나 불쾌감을 주는 행위’인 ‘성희롱 표현 유무’ 개념으로 한정하였다. “관광활동 참여에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 원치 않은 육체적·언어적·시각적 행위로 이미지를 사용하거나 사진이나 영상을 통해 표현하는가?” 지표로 제시한다.

2.3 지역관광 콘텐츠 점검 지표 기본 방향

가. 점검 방향 개선

1) 기존 점검항목의 부정적 문구에서 '다양성'점검 항목으로 개선

기존 점검 항목은 문제가 될 수 있는 이미지나 문구를 수정하기 위해 구체적이고 부정적으로 제시하고 있다. 성역할 고정관념을 강화, '여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견, 성차별적 언어표현, 특정 성을 비하하거나 열등하게 묘사, 외모지상주의, 외모차별 희화화 혹은 신체를 부각해 성적 대상화, 범죄의 가해자와 피해자 특성을 특정 성별로 구분, 부부, 연인, 친구 등 가까운 사이의 폭력을 개인 간의 문제 혹은 사소한 문제라고 가정, 범죄의 원인을 피해자에게 돌리는 내용, 가족 이미지를 특정유형으로만 한정, 가족 내 역할을 성별에 따라 고정, 특정 성별연령에 치우쳐 있거나 배제 등이다. 그러나, 관광콘텐츠는 특정 성별이나 가족 대상만으로 정보 제공 대상으로 삼지 않고, 불특정 다수를 대상으로 관광지 정보를 제공하는 것을 일차적인 목적으로 삼고 있으며, 그 주체가 공공기관에서 생산해내고 있기 때문에 상업적이지 않고 공익성을 추구하고 있다. 따라서, 문제가 있는 콘텐츠가 존재한다는 전제하에 지역관광 콘텐츠를 점검하는 방향이 아니라, 관광자원 유형별로 바람직한 양성평등 관점의 적용을 할 수 있는 지향점을 가지고 점검할 필요가 있다. 예를 들면, '한정', '치우쳐 있는' '배제' 점검항목보다는 '다양' 점검항목으로 전환하여 문제가 있는 콘텐츠를 해결하는 방안인 등장인물 해석과 표현방식의 '다양'항목으로 제시할 수 있다.

2) 기존 점검항목의 모호함을 극복하기 위한 상세 설명 필요

기존 점검 항목은 '성역할 고정관념을 강화', '여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견 등 사람마다 각자 사고와 인식에서 판단하기 때문에 '고정관념' '여성다움'에 대한 명확한 정의가 없거나 구체적인 예시를 제시하지 않으면 점검자가 평소 가지고 있는 사고와 인식 속에서 '고정관념'과 '여성다움'을 규정하여 점검할 수밖에 없다. 또한, 점검 차원을 세분화하여 지향점(차원), 지표, 세부지표, 자가점검 리스트 등 보다 더 상세한 설명이 필요하다. 예를 들면, '여성다움' 점검항목을 '관광 활동과 성역할 고정관념을 연결하여 묘사하거나 제시' 점검항목으로 전환하여 제시할 수 있다.

지방자치단체에서 생산되는 관광콘텐츠가 안내가이드북, 온라인(웹툰 등), 카드뉴스, 축제, 동영상 등 매체유형이 다양하고, 여성가족부의 정부홍보물 성별영향 지표를 준용해서 다양한 성 차별 예시가 나와야 한다. 특히 점검 포인트 옆에 비교(예시)를 다양하게 보여줌으로써 실질적인 점검효과가 나도록 세심한 제시가 필요하다. 천편일률적 적용보다는 다양한 관점에서, 다양한 예시를 제시해서 양성평등 관점의 점검 포인트를 제시하여야 한다.

지역관광 콘텐츠를 만들다 보면 미처 예상치 못한 관점에서 전혀 다른 해석과 반응이 나타나서 원천적인 콘텐츠(선정성, 폭력성 등)를 어디까지 걸러낼 수 있을까 ‘합의’가 필요하다.

나. 점검 지표 개선

1) ‘성역할 고정관념’의 지표를 ‘등장인물 해석의 다양성’ 과 ‘콘텐츠 구성요소간의 조화’ 지표로 제시

여성은 정적 활동, 남성은 동적 활동으로 제한하는 형식으로 관광 이미지가 구성되는 경우가 많다. 관광 활동의 성격과 성별을 연결하지 않는다는 형식으로 좀 더 세분화하여 제시하는 것도 가능할 수 있을 것이다.

‘여성다움’과 ‘남성다움’에 대한 편견을 드러내고 있는가 점검항목은 ‘성역할 고정관념을 강화시키는 내용이 있는가’와 구분이 모호하고 이를 포괄하고 있어 통합할 수 있다. ‘특정 성별의 고정된 이미지나, 등장인물의 성별로 외모, 복장, 동작 등을 한정하지 않고, 특정 성별에 관계없이 다양한 활동과 역량으로 해석하여 묘사하고 있는가?’로 성역할 고정관념의 관광 영역에서의 문제를 ‘등장인물 해석의 다양성’ 지표로 제시한다. 또한, 관광지 상황 및 관광자원의 특성에 부합하지 않은 복장이나 동작을 보여 관광자원이 아닌 등장인물의 외모에 집중하는 사례가 나타났다. ‘콘텐츠 구성요소간의 조화’ 지표로 “ 관광지 상황 및 관광자원의 특성에 부합한 복장이나 동작으로 구성하고 있는가?”로 제시한다.

〈표 5-4〉 ‘등장인물 해석의 다양성’과 ‘콘텐츠 구성요소간의 조화’지표(안)

정부홍보물 성별영향평가 점검지표		‘등장인물 해석의 다양성’ 및 ‘콘텐츠 구성요소간의 조화’ 지표(안)
성역할 고정관념 및 편견	① 성역할 고정관념을 강화시키는 내용이 있는가?	① 등장인물 해석의 다양성 지표 특정 성별의 고정된 이미지나, 등장인물의 성별로 외모, 복장, 동작 등을 한정하지 않고, 특정 성별에 관계없이 다양한 활동과 역량으로 해석하여 묘사하고 있는가?
	② ‘여성다움’과 ‘남성다움’에 대한 편견을 드러내고 있는가?	② 콘텐츠 구성요소간의 조화 지표 관광지 상황 및 관광자원의 특성에 부합한 복장이나 동작으로 구성하고 있는가?

2) '폭력에 대한 왜곡된 시각' 점검지표를 '성희롱 표현 유무' 점검지표로 개선

관광홍보물에서는 폭력에 대한 왜곡된 시각이 보이는 사례가 많지 않았다. 주로 문구(text)에서 'CCTV' '가슴캠' 등 공공기관에서 사용하기에 부적절한 표현이 있고, 동영상에서는 관광지 소개하면서 남녀 간의 설정이 데이트폭력으로 오해할 수 있는 내용이 있다. 따라서, “관광활동 참여에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 원치 않은 육체적·언어적·시각적 행위로 이미지를 사용하거나 사진이나 영상을 통해 표현하는가?” 지표로 제시한다. 또한, 관광지나 관광자원을 소개하거나 관광활동 참여를 문구나 이미지, 영상으로 표현함에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 성적인 내용이 있는지 점검하고, 관광지나 관광자원을 소개하거나 관광활동 참여에 있어 옷차림이나 행동, 언어사용, 대응 방식이 성범죄를 유발하는 내용을 암시하고 있는지 점검한다.

〈표 5-5〉 '성희롱 표현 유무' 지표(안)

	정부홍보물 성별영향평가 점검지표	성희롱 표현 유무 지표(안)
폭력에 대한 왜곡된 시각	<ul style="list-style-type: none"> ① 범죄의 가해자와 피해자 특성을 성별로 구분하여 표현하는가? ② 부부, 연인, 친구 등 가까운 사이의 폭력을 개인 간의 문제 혹은 사소한 문제라고 가정하고 있는가? ③ 범죄의 원인을 피해자에게 돌리는 내용을 담고 있는가? 	<ul style="list-style-type: none"> ① 관광활동 참여에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 원치 않은 육체적 행위로 이미지를 사용하거나 사진이나 영상을 통해 표현하는가? ② 관광활동 참여에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 원치 않은 언어적 행위로 이미지를 사용하거나 사진이나 영상을 통해 표현하는가? ③ 관광활동 참여에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 원치 않은 시각적 행위로 이미지를 사용하거나 사진이나 영상을 통해 표현하는가?

3) '가족에 대한 고정관념/편견' 점검지표를 '표현방식의 다양성' 지표로 제시

가족 여행의 형태에 있어, 가족을 묘사할 때 정상가족 중심/ 혹은 대가족 중심으로 묘사하게 되는 특성을 보이고 있다. 또한, 유튜브 일부 영상 등에서 드러나듯 관광활동에서도 일어나는 가족 돌봄을 여성에게 한정하여 설명하는 경우도 많이 나타나고 있다. 다만 이러한 것을 평가하면서 질문을 “가족 이미지를 특정 유형으로 한정하는가?”라고 질문하는 것보다는 “특정 집단에 편중되지 않고 가족구성과 계층 등이 다양한 유형으로 제시하고 있는가?” 로 방향을 바꾸어 질문하는 게 관광 콘텐츠의 특성을 반영하여 평가하기에 더 적합하다. 또한 “가족 내 역할을 성별에 따라 고정하고 있는가?” 보다는 “가족 내 역할을 성별에 따라 고정하지 않고 다양하게 제시하고 있는가?”로 수정하여 긍정적인

문구로 전환할 필요가 있다.

한편, 성별 대표성 불균형의 지표에서 하위 항목에 특정 성별과 연령이 제시되는 형식이다. 여성은 1인, 2인, 남성, 성소수자 등 다양한 조합으로 여행하는 것을 보여줄 필요가 있고, 이때 이미지 뿐 아니라 내레이션 등 목소리 출연에서도 다양성의 문제가 반영될 필요가 있다. 기존 점검항목의 모호함을 극복하기 위한 상세 설명 점검 방향에 따라, “나레이터의 표현방식(홍보물이 내레이션으로 포함된 목소리 등)이 성별, 연령별 다양성이 존재하는가?”로 수정 제시할 수 있다.

〈표 5-6〉 ‘표현방식의 다양성’ 지표(안)

정부홍보물 성별영향평가 점검지표	표현방식의 다양성 지표(안)
가족에 대한 고정 관념/편견	① 특정 집단에 편중되지 않고 가족구성과 계층 등이 다양한 유형으로 제시하고 있는가? ② 가족 내 역할을 성별에 따라 고정하지 않고 다양하게 제시하고 있는가?
성별 대표성 불균형	③ 나레이터의 표현방식(홍보물이 내레이션으로 포함된 목소리 등)이 성별, 연령별 다양성이 존재하는가? ① 특정 성별연령에 치우쳐 있거나 배제하고 있는가?

제3절 지역관광콘텐츠 점검체계 방향

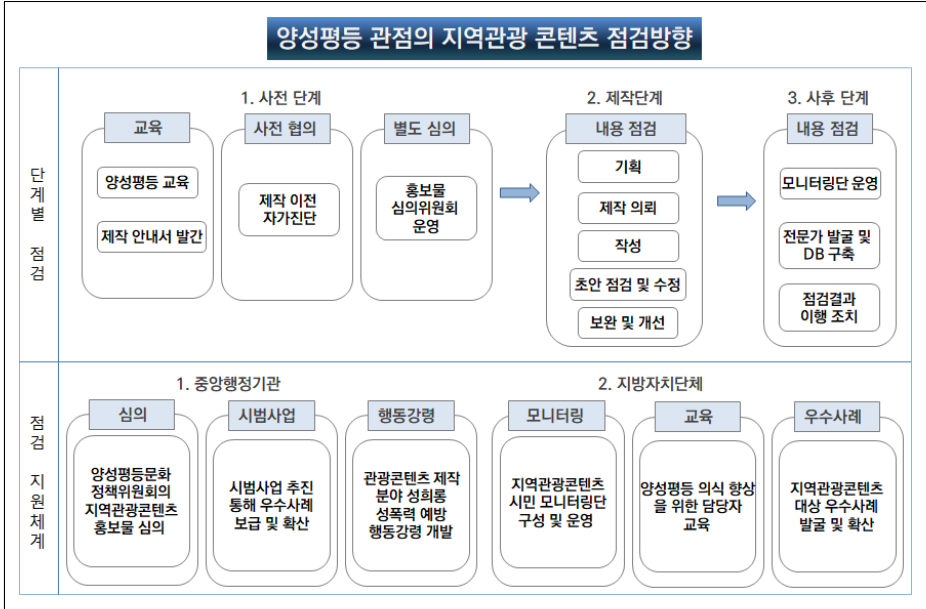
지역관광 콘텐츠의 점검은 사전 성별영향평가 및 자가 점검부터 사후적 이행절차 점검 등을 포괄하는 체계적이고 종합적인 점검체계를 구축할 필요성이 있다. 지역관광 콘텐츠에 대해 사전 기획단계에서부터, 제작 단계, 운영 단계에 이르기까지 문제점이 발생할 수 있고, 단계마다 제기되는 문제점의 성격이 상이하기 때문에 이를 개선하기 위해 점검단계별 점검체계를 마련하고자 한다.

지역관광 콘텐츠의 점검 체계를 개선하기 위해서는 기본 틀을 먼저 설정하고, 점검 목적, 대상, 단위, 대상 선정, 점검 및 이행조치 절차, 지원체계 등을 마련해야 한다.

지역관광 콘텐츠 내용 점검은 사전 단계, 제작 단계, 사후 단계로 구분하여 제시할 수 있다. 사전 단계에서는 양성평등 교육과 제작안내서를 발간하여 성인지 감수성을 제고하고, 제작이전 단계에서 성인지 지표 자가진단을 실시한다. 보다 적극적으로 실행하기 위해서는 서울특별시 사례와 같이 홍보물심의위원회를 구성하여 운영한다. 제작 단계에서는 지역관광 콘텐츠 기획·제작·사후 단계에서 해당 사항이 성차별적 내용인지, 성별 특성을 반영하고 있는지, 성차별적인 결과를 가져오는 것은 아닌지, 실질적 평등을 위한 조치를 취하고 있는지 등을 면밀하게 분석·점검한다.

사후 단계에서는 성인식 제고를 위한 캠페인과 내용 점검을 위해 성인지 지표 및 모니터링단을 운영한다. 지역별로 젠더전문가 및 관광전문가를 파악해서 전문 인력을 발굴하고 지방자치단체에서 전문가를 활용할 수 있도록 문화체육관광부가 인력풀을 만들어서 공유할 수 있도록 추진한다. 또한, 홍보물의 이미지와 문구에 성 차별적인 요소가 있는지 검토가 필요한 경우에 한하여 모니터링단을 운영하여 성별영향평가를 실시하도록 검토하고, 점검 결과를 이행 조치하도록 한다.

[그림 5-1] 양성평등 관점의 지역관광콘텐츠의 점검 방향



1. 점검체계 기본 방향

가. 점검의 기본틀

지역관광 콘텐츠의 제작단계에 따라 사전, 제작, 사후 단계에서 점검을 실시한다. 사전 단계에서는 담당자 대상 교육과 가이드라인 배포를 통해 미리 점검한다. 또한 자가 진단 및 별도의 심의회를 운영하여 점검한다. 제작 단계에서는 단계별로 기획-제작의뢰-작성-초안점검 및 수정-보완 및 개선 한다. 사후 단계에서는 전문가 발굴을 통한 모니터링과 전문가 발굴 및 인력풀을 구축하고, 모니터링 결과 지속적인 문제제기가 이루어진 사항에 대해 특정성별영향평가를 실시할 수 있도록 조치한다.

나. 점검 목적

지역관광 콘텐츠의 점검 목적은 자가 진단과 교육과 가이드라인, 사후 모니터링을 통해 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 기획 및 제작, 운영, 홍보가 이루어지도록 하는데 있다.

다. 점검 주체

지역관광 콘텐츠의 제작 주체는 지방자치단체이고, 지역관광 콘텐츠의 유형이 다양하고, 지역마다 특색 있는 지역관광 콘텐츠를 생산하고 있기 때문에 중앙부처 차원에서 의무적으로 점검하는 데에는 근본적 한계가 있다. 제도적으로는 지역관광 콘텐츠는 행정안전부의 정책홍보 확인주건을 통해 분기별로 인스타그램, 페이스북, 유튜브 등 SNS 점검을 받고 있기 때문에 자가 점검이 중요하다. 다만, 행정안전부의 정책홍보 확인주건은 사업담당자가 점검하는 방식이라, 명확한 점검지표와 이행에 대한 점검이 필요하다.

라. 점검 대상

점검 대상은 지방자치단체가 생산하고 있는 지역관광 콘텐츠로 온라인과 오프라인 홍보물이다. 중앙부처인 행정안전부의 정책홍보 확인주건에서 관광분야는 SNS점검 중심으로 이루어지고 있어, 오프라인 홍보물에 대한 점검도 특정 시점에서 추진할 필요가 있다. 여성가족부의 '지역관광 콘텐츠 특정성별영향평가'에서 유형은 홍보물에 한정하였고, 홍보물의 검토내용은 많지 않았다. 특히 안내지도는 공간 중심이라 더욱 그러하다. 전국적으로 실시간으로 생산하는 지역관광 콘텐츠는 방대하고 가늠할 수 없기 때문에 특정시기 점검대상을 정하여 분석이 필요하다. 점검대상은 매체의 문자, 영상, 이미지 등으로 한정하고, 지역관광 콘텐츠의 점검항목은 여성가족부의 성별영향평가 점검표보다 새로운 항목이 차별적으로 만들어지기 쉽지 않고, 공통지표, 추가 지표 구분해서 검토해 볼 수 있다. 특히, 생산되는 지역관광 콘텐츠가 성 차별적이지 않도록 점검하는 방향으로 조사하고, 수요자 중심으로 접근하고, 젠더 전문가, 양성평등위원회나 성별균형 맞추는 노력 등을 검토해볼 수 있다.

마. 점검 단위

양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검은 중앙부처 점검과 자가 점검 등 두 가지 단위에서 이루어지고 있다. 중앙부처 점검은 행정안전부와 여성가족부에서도 별도 필요시 특정성별영향평가 등 정책수단을 활용해서 점검을 할 수 있기 때문에 문화체육관광부에서도 별도의 점검은 점검할 수 있는 제도적 근거가 부재한 상태에서 중복 점검을 할 필요는 없다.

바. 점검 대상 선정

지역관광 콘텐츠의 점검은 자가 점검을 우선으로 하고, 자가점검 결과 미흡하다고 판단되는 지역관광 콘텐츠는 전문가 모니터링을 통해서 점검할 수 있도록 한다.

사. 점검 결과 이행조치

지역관광 콘텐츠의 점검결과 이행확인에 대한 내부통제 수단 및 시정조치 불이행시 독촉 규정을 마련할 필요가 있다. 현재의 정책홍보 확인주간은 점검을 할 수 있지만, 점검결과에 대한 이행조치에 대해 구속력이 없기 때문이다. 따라서, 이행확인에 대한 내부통제 수단을 마련하여 이행점검을 확인하거나 시정조치 불이행시 독촉 규정을 마련하여 상시 점검 체계를 구축할 필요가 있다.

아. 점검 지원체계

지방자치단체 대상 수요 조사하여 중앙단위 모니터링단 운영하여 점검을 지원하고, 그 과정에서 빈번하게 발생하는 사항에 대해서는 점검 지표에 수정하여 개선하고, 가이드라인을 수정하여 배포하는 등 상시 보완해서 점검하는 지원체계를 마련한다.

2. 단계별 점검 방향

2.1 사전 단계의 점검

정부 홍보물은 비교적 짧은 기간에 제작돼 배포되는 경우가 많고, 정부 홍보물에 대해 성별영향평가가 의무사항이 아니기 때문에 성인지 감수성이 저해되는 사례가 발생할 여지가 있다. 따라서, 홍보물 담당자 교육과 홍보물 제작 이전 단계에서 홍보물에 대한 사전 협의 및 별도 심의 등을 통해 홍보물의 성인지 감수성에 대한 사전 점검을 강화할 필요가 있다.

홍보물 제작업체가 성평등 제작 매뉴얼을 사전에 인지할 수 있도록 과업지시서에 매뉴얼을 준수할 것을 명시하여 사전에 예방할 수 있는 제도적 장치를 마련한다. 과업지시

서에 성평등 가이드를 준수할 것을 명시하면 제작자 입장에서 가이드를 찾아보고, 숙지해야 한다. 또한 가이드를 준수하여 작업한 결과물에 대해서 발주처에서 기존의 성역할 고정관념을 반영하는 이미지로 수정을 요구할 경우 제작자가 거부할 수 있는 근거가 될 수 있다(허목화, 2020).

지역관광 콘텐츠의 제작 이전단계에서 지방자치단체의 장은 지역관광 콘텐츠 제작 계획 수립 등과 관련하여 문화체육관광부장관이 요청하는 경우 사전 협의(사전 검토 포함)를 할 수 있다는 규정을 추가할 필요가 있다.

홍보사업 내용의 성역할 고정관념이나 성차별적 요소 여부 사전 점검하는 방안이 필요하다. 지방자치단체에서 생산되는 관광콘텐츠가 안내가이드북, 온라인(웹툰 등), 카드뉴스, 축제, 동영상 등 매체유형이 다양하고, 여성가족부 지표를 준용해서 다양한 성 차별 예시가 나와야 한다. 특히 점검 포인트 옆에 비교(예시)를 다양하게 보여줌으로써 실질적인 점검효과가 나도록 세심한 제시가 필요하다.

가. 양성평등 교육

지역관광 홍보물을 기획하고, 홍보물 제작을 발주하는 공무원의 요구가 가장 직접적으로 홍보물에 반영된다(허목화, 2020).

성인지 교육은 사회 모든 영역에서 법령, 정책, 관습 및 각종 제도 등이 여성과 남성에게 미치는 영향을 인식하는 능력을 증진시키는 데 있다. 지역관광 홍보물 담당 공무원과 홍보물 제작업체 종사자를 대상으로 성인지 감수성 교육을 실시하고, 대면 교육뿐만 아니라 온라인 교육 등 다양한 교육 창구와 교육과정을 마련하는 것이 필요하다.

지역관광 홍보물을 제작하는 공무원 대상으로 한국관광공사 관광인력 개발실의 관광인력교육팀과 협업하여 온라인 교육 홈페이지에 홍보물을 제작하는 공무원을 위한 교육 프로그램을 개발하고, 게시하는 방안을 검토해 볼 수 있다.

교육 내용은 크게 3가지이다. 양성평등 홍보물 제작 가이드의 필요성, 개선 사례, 양성평등 홍보물 제작 체크리스트 활용방법 등이다.

지역관광 콘텐츠 제작방식에 대한 개선은 근본적으로 쉽지 않다. 지역관광 콘텐츠 제작업체의 영세성에 따라 기존의 자료 물들을 활용하거나, 예산 제약에 따라 새로운 자료 물들을 제작할 수 있는 여건이 형성되어 있지 않기 때문이다. 홍보물 제작에 양성평등

홍보물 가이드가 적용되기 위해서는 홍보물을 제작하는 제작자가 해당 내용을 이해하는 것이 중요하다. 따라서, 지역관광 홍보물 제작업체 종사자를 대상으로 사전에 교육을 실시하여 기존 자료를 활용함에 있어 유념해야 할 사항과 새로운 자료를 만드는데 있어 고려사항에 대해 양성평등 관점을 적용할 수 있도록 인식을 개선해나가야 한다.

무엇보다도 사업을 기획하는 위치에 있는 공무원들을 직접적으로 참여하도록 한다.

공무원들의 요구를 고려하여 일반적인 기초 교육부터 보다 개별화된 맞춤형 교육의 형태로 단계별 진행을 하는 것이 중요하다. 실제 업무와 연결 가능한 실질적인 사례를 활용하는 것이 도움이 된다(김들순 외 4인, 2020).

나. 양성평등 관점의 지역관광콘텐츠 제작 안내서 발간

양성평등 관련 부서의 공무원뿐만 아니라 모든 공무원이 활용할 수 있도록 양성평등 홍보물 제작 매뉴얼을 마련하고, 배포하는 방안을 검토할 수 있다.

양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠의 가이드라인은 크게 두 가지 측면에서 검토해볼 수 있다. 첫째는 지역관광 콘텐츠 제작 안내서 배포를 통해 양성평등 관점을 적용할 수 있도록 도와주는 것이다. 두 번째는 문화체육관광부의 양성평등 정책 지침을 공유하여 양성평등에 대한 인식을 제고하는 것이다.

지역관광 콘텐츠 제작 안내서는 지역관광 홍보물을 제작할 때 업무담당자가 양성평등과 관련해 자율점검할 수 있도록 하여 '제작 단계별 점검 사항 알아보기', '양성평등 자가진단표 활용하기' 등의 내용을 구성할 수 있다. 문화체육관광부의 지역관광 콘텐츠의 양성평등 정책 지침은 공유하고 지역에 확산해나가도록 한다. 문화체육관광부 양성평등 정책 지원 규정의 제27조(지역 확산)에 의거하여 관광분야 양성평등정책을 지역관광재단 등 지역에 확산하도록 노력하고, 양성평등주간(매년 9월 1일부터 9월 7일까지)에 소속 직원의 성인지 감수성 제고를 위한 다양한 행사를 개최하도록 한다.

가이드의 활용방법은 크게 두 가지이다. 첫째, 지역관광 홍보물 제작 시 과업지시서에 가이드를 준수할 것을 명시하고, 지역관광 홍보물 제작자에게 배포한다. 둘째, 지역관광 홍보물 인쇄 및 배포 전 사전점검 시 결재문서 첫 장에 가이드를 넣고, 이를 지역관광 홍보물 제작 담당 공무원이 체크하도록 한다. 지역관광 홍보물을 제작할 때 가이드 준수를 과업지시서에 포함하고, 이후 인쇄 및 배포 전 결재문서 양식에 '사전검토항목'으로

넣는다면 가이드가 현장에서 보다 효과적으로 작동할 수 있을 것이다(허목화, 2020).

〈표 5-7〉 양성평등 관점의 지역관광콘텐츠 제작 안내서(안)

구분	내용
양성평등한 관점이란 무엇일까요?	<ul style="list-style-type: none"> ① 양성을 균형있고 평등하게 묘사하여야 하며, 성차별적인 표현을 하여서는 아니 된다. ② 특정 성(性)을 부정적, 희화적, 혐오적으로 묘사하거나 왜곡하여서는 아니 된다. ③ 특정 성을 다른 성보다 열등한 존재로 다루거나 객관적인 근거 없이 특정 성의 외모, 성격, 역할 등을 획일적으로 규정하는 내용으로 성역할 고정관념을 조장하여서는 아니 된다.
양성평등 콘텐츠 제작을 위해 노력해야 합니다	<ul style="list-style-type: none"> ① 성별, 연령별, 직업별, 가족유형별로 다양한 묘사와 재현이 이루어지도록 노력해야 합니다. ② 자체 제작, 외주 제작, 프로그램 구입 등에서 성역할 고정관념이나 성차별적 재현이 나타나지 않도록 주의를 기울여야 합니다.
실제 제작 현장에서 준수해야 할 사항	<ul style="list-style-type: none"> ① 콘텐츠에서 전문가의 의견을 구할 때는 성별 균형을 고려해야 합니다 ② 콘텐츠의 인터뷰 대상, 초점보도 대상, 출연자 등이 성별로 균형있게 대표되도록 노력해야 합니다 ③ 지역관광 홍보물 영상을 소개할 때, 특정 성이 보조 혹은 장식적인 역할만을 하지 않도록 주의를 기울여야 합니다
성역할 고정관념을 깨고 양성의 다양한 삶을 보여줘야 합니다	<ul style="list-style-type: none"> ① 남자는 씩씩하고 여자는 얌전해야 한다는 등의 이분법적인 묘사나 제언을 하지 않도록 주의합니다 ② 내레이션이나 자막, 배경 등에 성 고정관념이 반영되어 있는 것은 아닌지 점검해 봅니다 ③ 한 성이 다른 성을 보조하거나 능력이 뒤처지는 존재로 보여지지 않도록 합니다 ④ 개인의 성취를 묘사할 때 남성은 능력, 여성은 외모 등 서로 다른 기준을 강조하지 않아야 합니다 ⑤ 성역할 고정관념을 갖고 등장인물의 직업이나 지위를 획일적으로 묘사하지 않도록 노력해야 합니다 ⑥ 자녀양육과 가사노동을 여성만의 책임으로 묘사하고 있는 것은 아닌지 살펴봅니다 ⑦ 전통적인 성역할과는 다른 직업에 종사하는 남성이나 여성을 조롱하거나 비하하지 않아야 합니다 ⑧ 여성이나 남성의 아름다움을 획일적인 잣대로 규정하고 특정 외모를 혐오의 대상으로 부각시키지 않습니다 ⑨ 한부모·비혼모·조손·이혼·독거·다문화가족 등에 대한 부정적인 편견을 조장하지 않아야 합니다

자료: 양성평등 방송 프로그램 제작 안내서(2017) 토대로 연구자 작성.

다. 사전 진단

지역관광 홍보물·영상물 및 간행물 제작 이전에 지방자치단체에서 자가점검표에 의거하여 진단을 실시할 수 있다. 무엇보다도 자가진단 시에 모호한 기준에 의해 진단하거나 점검자의 고정관념에 의거하여 진단할 경우 문제점을 발견할 수 없으므로, 진단표의 명확한 표현과 세부 지표 해설, 다양한 사례 제시 등을 통해 진단을 수월하게 할 수 있도록 하고, 점검자의 고정관념을 타파하기 위해 인식 개선을 위한 정책수단을 마련할 필요가 있다.

콘텐츠 제작 목적에 따라 그 자체 생성물이 1차 홍보물이고, 간접적으로 편의 증진하는 2차 홍보물로 구분될 수 있다. 또한, 콘텐츠가 생산되는 시점, 유통되는 시점, 소비되는 시점 등 콘텐츠가 흘러가는 흐름을 파악하여 콘텐츠 채널과 유형으로 검토가 필요하다.

콘텐츠의 특성상 오프라인 홍보물보다 온라인 홍보물이 실시간 생성 및 제작 분량 무 제약, 온라인 홍보물 점검(심의)체계 부재 등으로 인해 점검 지침 마련이 쉽지 않지만, 소비자들의 선호도가 증가하고 있고, 접근성이 좋아 더욱 다양한 기술로 발전되어가고 있다. 이에 대해 특정 온라인 홍보물 매체별 점검방안 마련이 아직 이루어지지 않고 있어, 수요자 관점의 접근과 이슈가 되고 있는 매체에 대한 시의성 있는 대안 마련은 의미가 크다.

콘텐츠 제작의 특수성 때문에 제작업체가 보유한 홍보물 재료에서 활용(이미지 set)하다 보니 과거의 방식대로 제작하고 성인지 감수성에 대한 충분한 고민과 검토가 없는 실정이다. 대부분의 홍보물은 직접 이미지를 제작하는 것이 아니라 단시간에 이미지 소스를 활용하여 제작하는데, 제작자들이 주로 활용하는 이미지 소스에 성차별적 요소가 포함되어 있다(허목화, 2020). 주로 활용하는 무료 소스나 대형 이미지 소스가 가지고 있는 한계이다. 기존 창작물, 캐릭터 활용 시 성역할 고정관념, 외모지상주의, 성적대상화 등과 관련한 논란이 있었는지 점검 후 활용하는 것이 중요하다. 또한 이를 극복하기 위해 주무부처인 여성가족부에서 성인지 감수성이 반영된 소스 샘플 및 보급방안에 대해 검토해 볼 수 있다.

라. 별도 심의

지역관광 홍보물·영상물 및 간행물 심의위원회 심의회를 별도로 설치하여 심의할 수 있는 방안을 검토할 수 있다. 문화체육관광부 차원에서 수요 조사하여 희망하는 지방자치단체가 있는 경우 전문가 모니터링단을 구성하여 운영할 수 있다. 지역관광 홍보물·영상물 및 간행물심의회는 다음 사항을 심의할 수 있다. 지역관광 홍보를 목적으로 제작하는 영상, 책자, CD, 음반, TV광고 등이 성인지 감수성을 저해하는지의 여부, 지방자치단체의 관광부서에서 제작하는 각종 홍보물·영상물 및 간행물의 양성평등 관점에서 우수한 사례로 확산 필요성 여부 등이다.

2.2. 제작 단계의 점검

가. 기획 단계

지방자치단체 담당공무원 대상으로 성평등한 홍보물 제작을 위한 교육을 실시하여 홍보물 제작 목적과 홍보물 제작 담당자 대상 정기적 교육과 기획에 대해 검토할 수 있는 방안을 마련한다. 과업지시서에 지역관광 콘텐츠의 점검지표를 준수할 것을 명시하도록 하여 지역관광 콘텐츠 제작자가 점검지표를 찾아보고 숙지할 수 있도록 한다.

〈표 5-8〉 기획단계 점검사항

구분	점검 사항
① 공모전	- 공모전 유의사항에 주제와 서사, 표현에서 성인지 감수성이 드러나는지 체크 공모전 심사위원회 구성할 경우 특정 성별에 편중되지 않도록 함
② 이미지	- 제작업체는 이미지 업체의 무료 이미지, 유료 이미지의 성인지 감수성이 드러나는지 체크

나. 제작 의뢰단계

지방자치단체가 지역관광 콘텐츠 홍보물을 직접 제작하거나 또는 외부업체와 위탁 계약할 경우 성인지 감수성을 자가진단할 수 있도록 '지역관광 콘텐츠 홍보물 자가진단표(점검지표)'를 작성하도록 한다.

다. 작성 단계

지방자치단체가 지역관광 콘텐츠 홍보물을 직접 제작하거나 또는 외부업체와 위탁 계약할 경우 지역관광 콘텐츠 홍보물 자가진단표(점검지표)에 맞게 제작하는 등 주의를 기울이도록 노력한다. 또한 자가진단표를 확인하고 문제가 발견하는 경우 시정조치를 취한다.

라. 초안 점검 및 수정

지방자치단체가 지역관광 콘텐츠 홍보물 완성본 초안을 자가진단표에 맞게 제작하였는지 재확인하는 등 해당내용에 대해 자체 점검하고 이상이 발견할 경우 수정을 하거나 외부업체에 수정을 요청한다.

공모전(유투브 공모전 등)의 경우 양성평등 관점의 지역관광 홍보물로 외부에 공개하기 전에 공모전 공고문에 지역관광 콘텐츠 홍보물 자가진단표를 점검하여 출품하도록 하고, 심사위원 구성 시에는 특정 성별이 10분의 6을 초과하지 않도록 한다¹²⁾.

마. 보완 및 개선

지방자치단체에서 점검한 결과 이상이 발견할 경우 수정을 하거나 외부업체에 수정을 요청한 결과를 반영하여 보완한다. 지역관광 홍보물의 발행부수와 종류가 많아 점검 전문 인력, 예산, 시간 등 추가 확보가 필요하지만, 지방자치단체 사업부서가 공보관실 통해 점검 문의를 하거나 외부 모니터링을 받아 객관적인 점검이 가능하도록 하는 것이 중요하다. 또한 기존 제작되어 유통되고 있는 지역관광 콘텐츠에 대해 후차적으로 논란이 생겨 수정사항 발생 시 모니터링 하고 시정 조치가 필요하다. 특히, 생산되는 지역관광 콘텐츠가 성 차별적이지 않도록 점검하는 방향으로 조사하고, 젠더 전문가, 양성평등 위원회나 성별균형 맞추는 노력 등을 검토해볼 수 있다.

12) 「양성평등기본법」제21조(정책결정과정 참여) ② 국가와 지방자치단체는 위원회(위원회, 심의회, 협의회 등 명칭을 불문하고 행정기관의 소관 사무에 관하여 자문에 응하거나 조정, 협의, 심의 또는 의결 등을 하기 위한 복수의 구성원으로 이루어진 합의제 기관을 말한다. 이하 같다)를 구성할 때 위촉직 위원의 경우에는 특정 성별이 위촉직 위원 수의 10분의 6을 초과하지 아니하도록 하여야 한다. 다만, 해당 분야 특정 성별의 전문인력 부족 등 부득이한 사유가 있다고 인정되어 실무위원회의 의결을 거친 경우에는 그러하지 아니하다.

〈표 5-9〉 지역관광 콘텐츠 제작단계별 점검사항

범주	점검 사항	행정 조치 사항
① 기획 단계	<ul style="list-style-type: none"> - 전하고 싶은 내용은 무엇인가? - 전하고 싶은 대상은 누구인가? - 강조하고 싶은 점, 주장하고 싶은 점은 무엇인가? ? 	<ul style="list-style-type: none"> - 지방자치단체 담당공무원 대상으로 성평등한 홍보물 제작을 위한 교육 실시 : 홍보물 제작 목적과 홍보물 제작 담당자 대상 정기적 교육과 기획에 대해 검토할 수 있는 방안을 마련
② 제작 의뢰 단계	<ul style="list-style-type: none"> - 위탁계약시 과업지시서에 자기진단표에 의거하여 작성하였는가? 	<ul style="list-style-type: none"> - 직접 제작하거나 또는 외부업체와 위탁 계약할 경우 '지역관광 콘텐츠 홍보물 자기진단표(점검지표)'를 작성
③ 작성 단계	<ul style="list-style-type: none"> - 남녀 쌍방에게 적절한 표현인가? - 남녀가 균형적으로 등장하고 있는가? - 성별 이미지를 고정화 한 표현(역할, 수, 크기)이 되어 있는가? - 남녀가 중심적, 한 쪽이 종속적인 존재로 묘사되고 있는가? - 성별로 공평성, 중립성이 결여된 표현은 없는가? - 타인의 시선을 끌기 위해 사용된 표현이 많은 사람들의 공감을 얻을 수 있는가? 	<ul style="list-style-type: none"> - '지역관광 콘텐츠 홍보물 자기진단표(점검지표)'를 작성 내용을 확인하고, 문제가 있는 경우 시정조치를 함
④ 초안 점검 및 수정 단계	<ul style="list-style-type: none"> - 홍보물 완성본 초안을 성인지 감수성 자기진단표에 맞게 제작하였는지 재확인 - 공모전(유투브 공모전 등)의 경우 양성평등 관점의 지역관광 홍보물로 외부에 공개하기 전에 공모전 공고문에 성인지 감수성 자기진단표를 점검하여 출품하도록 하고, 심사위원 구성시에는 특정 성별이 10분의 6을 초과하지 않도록 함 	
⑤ 보완 및 개선단계	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 개성을 표현하고, 위화감, 소외감이 없는 표현으로 되어 있는가? - 전하고 싶은 내용인가? 알기 쉽고 공감을 얻을 수 있도록 되어 있는가? 	

2.3 사후 단계의 점검

가. 모니터링단 운영

지방자치단체 담당 공무원뿐만 아니라 홍보물 제작업체 역시 필요시 젠더 전문가의 자문을 받을 수 있도록 체계를 마련한다면 더욱 효과적으로 지역관광 콘텐츠를 점검할 수 있다.

모니터링단 운영 목적은 전문가가 지역관광 콘텐츠의 성별 간의 차이로 인한 관광활동 속에서의 차별과 유·불리함 또는 불균형을 인식하고 그 안에서 성차별적 요소를 감지해서 고쳐나가는 데 있다.

또한, 젠더 전문가의 전문성을 반영하여 지역관광 콘텐츠의 양성평등 지표를 재점검하고 실질적으로 현장에서 성 차별과 성인지 감수성을 저해하지 않도록 사전에 방지하는데 있다. 이와 같이 정기적인 모니터링 결과 반영으로 지역관광 콘텐츠의 성인지 감수성이 저해되는 홍보물과 양성평등 관점이 적용된 홍보물을 수시로 수정하고 보완하는 상시 체제를 구축하는 것을 목표로 둔다.

모니터링단 주요 역할은 17개 광역 지방자치단체별로 젠더전문가와 관광전문가를 한 팀으로 구성하여 담당권역별로 지역관광 홍보물 모니터링 실시하여 보고서를 팀별로 제출하고, 개선점을 제안하는 것이다.

모니터링의 검토 기준은 본 고에서 제안한 등장인물 해석의 다양성, 콘텐츠 구성요소의 조화, 표현방식의 다양성, 성희롱 표현 유무 지표 중심으로 한다.

나. 전문인력 발굴 및 인력풀 구축

홍보물에 대한 성별영향평가가 실효성을 확보하기 위해서는 홍보물 배포 이전 성별영향평가를 위해 서울시와 같이 외부 자문위원회를 구성하여 정기적인 심의위원회를 운영하거나 담당 부서의 요청에 빠르게 대응할 수 있도록 전문성을 갖춘 담당 전문가가 필요하다.

지역별로 젠더전문가 및 관광전문가를 파악해서 전문 인력을 발굴하고 지방자치단체에서 전문가를 활용할 수 있도록 문화체육관광부가 인력풀을 만들어서 공유할 수 있도록 추진한다.

다. 점검 결과 이행조치

1). 양성평등 관점의 홍보물 제작을 위해 교육과 모니터링이 꾸준히 병행

양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 제작을 위한 교육과 모니터링이 지속적으로 실시하여 점검 및 이행조치가 제대로 이루어지도록 해야 한다. 홍보물 제작 담당자 대상 정기적 교육과 지방자치단체 관광부서원 대상 홍보물 관련 성인지 역량 강화를 위한 인식개선을 위한 교육과 모니터링을 병행하는 것이다.

2) 홍보물 제작과정의 가이드라인 업데이트

홍보물 제작과정에서 점검 가이드라인 및 체크리스트 마련하여 자가 점검 도구로 구체적인 예시와 사례가 담긴 ‘가이드라인’을 수정하고 업데이트하고, 홍보물 제작 완료 시 제출 첨부문서로 지표화 된 체크리스트 제출을 의무화하도록 한다.

3) 홍보물 제작 단계에서 외부 전문가 참여 활성화 방안 마련

지역관광 콘텐츠 검토 과정에 성차별적 요소 분석 및 컨설팅 가능한 외부 젠더 전문가와 관광전문가 참여를 확대하도록 한다. 또한, 홍보물 제작에 있어서도 여성주의 그래픽 단체나 연대에 소속된 디자이너를 활용하도록 장려한다. 지역관광 콘텐츠를 생산하고 관리하는 주체인 ‘공무원’의 역할이 중요하고, 콘텐츠 기획자는 자체적으로 완결성을 갖추도록 점검 포인트에 기획자 구성에 있어 ‘여성’을 포함하는 방안을 검토하는 등 여러 관점이 들어갈 수 있도록 하는 것이 필요하다.

4) 모니터링 운영 체계 구축

전문가 모니터링단을 구성하고 지속적·정기적 모니터링을 실시하고, 온라인 매체 이용자 대상으로 양성평등 의견수렴 창구를 개설하여 상시적인 모니터링 통해 환류 기능을 강화해나간다.

3. 점검 지원 체계

지방자치단체 대상 수요 조사하여 중앙단위 모니터링단 운영하여 점검을 지원하고, 그 과정에서 빈번하게 발생하는 사항에 대해서는 점검 지표에 개선하여 반영하고, 가이드라인을 수정하여 배포하는 등 적극적인 점검 지원체계를 마련한다. 추진근거는 양성평등기본법 제29조(성차별의금지) 및 제36조(양성평등교육), 제37조(양성평등문화조성) 등이다. 주로 지방자치단체 지역관광 콘텐츠 담당자 대상 양성평등 및 성인지 교육, 지역관광콘텐츠 제작자 대상 성인지 향상 프로그램 운영, 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검 실태조사, 모니터링 전문가의 모니터링 결과를 발표하고 공유할 수 있는 보고회

나 워크숍을 개최 등이다.

한편, 가이드라인은 법적 의무사항이 아닌 권고사항이라 지방자치단체가 굳이 지킬 필요가 없기 때문에 사회적 파장이 큰 지역관광 콘텐츠에 대해서는 강제사항으로 개선할 수 있는 제도적 장치 마련이 필요하다.

가. 양성평등 문화정책위원회의 지역관광 콘텐츠 홍보물 심의 기능 추가

문화체육관광부의 양성평등 문화정책위원회는 양성평등 문화정책의 중·장기 계획의 수립 및 시행 등에 관한 사항, 연도별 양성평등 정책 주요업무계획 및 여성정책기본계획에 관한 사항, 성별영향평가, 성인지 교육 등 정책의 성 주류화 강화에 필요한 사항, 양성평등 문화정책사업의 성과에 관한 종합분석 및 평가에 관한 사항 등을 심의한다. 이와 관련하여 지역관광 홍보를 목적으로 제작하는 영상, 책자, CD, 음반, TV광고 등의 성인지 여부 심의할 수 있는 기능을 추가한다. 관광활동 성별격차 해소 및 성평등 문화 확산, 관광지에서의 여성 폭력근절 등을 예방할 수 있도록 지역관광 콘텐츠의 심의를 추진할 수 있다.

나. 시범사업 추진

지역관광 콘텐츠는 방대하고 가늠할 수 없기 때문에 특정시기 점검대상을 정하여 분석이 필요하다. 기존의 지역관광 콘텐츠는 오프라인 점검으로 한국관광품질인증, 문화관광해설사, 지역축제, 오프라인 홍보물 점검이 이루어졌다. 콘텐츠 특성상 오프라인 홍보물보다 온라인 홍보물이 실시간 생성 및 제작 분량 무제한, 온라인 홍보물 점검(심의)체계 부재 등으로 인해 점검 지침 마련이 쉽지 않지만, 소비자들의 선호도가 증가하고 있고, 접근성이 좋아 더욱 다양한 기술로 발전되어가고 있다. 이에 대해 특정 온라인홍보물 매체별 점검방안 마련이 아직 이루어지지 않고 있어, 수요자 관점의 접근과 이슈가 되고 있는 매체에 대한 점검이 중요하다.

문화체육관광부와 지방자치단체와 협업하여 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 우수 사례 확산을 위해 시범사업을 추진한다. 이를 통해 지방자치단체의 지역관광 콘텐츠 기획 역량을 제고하고, 중앙정부는 행정적 지원 등 촉진자 역할을 수행한다.

다. 관광콘텐츠 제작 분야 성희롱·성폭력 예방 행동강령 개발

관광콘텐츠 제작 분야 성희롱·성폭력 예방 행동강령 개발을 통해 관광콘텐츠 제작업체 종사자와 조직 등 이해관계자가 공감할 수 있는 행동강령을 개발하여 보급해나간다. 지역관광 콘텐츠 개발에 있어 성희롱·성폭력 방지를 위한 실천규약인 행동강령 개발을 위해 지역관광 홍보물 제작업체를 시범적으로 선정하여 지원 하는 것이다. 콘텐츠 제작 상황별·공간별 기준 등 콘텐츠 제작 작업 환경에 따른 맞춤형 행동강령을 개발하고, 단체 내 시범 적용·보완하도록 관리한다. 행동강령 개발에 참여한 단체와 협력하여 지역관광 콘텐츠 제작 현장에 행동강령이 전파될 수 있도록 공유 및 홍보하기 위해 홍보물 등을 배포하고, 온·오프라인 행사 및 이벤트를 통한 행동강령을 확산해나간다.

라. 지역관광 콘텐츠 시민 모니터링단 구성 및 운영

지방자치단체에서는 ‘지역관광 콘텐츠 시민 모니터링단’을 구성·운영해 성역할 고정관념, 성차별적 요소 등이 담긴 지방자치단체 관광 홍보물을 발굴하고 그 사례를 공유해 재발 방지 및 관광활동에서의 양성평등 확산에 기여하도록 한다. 시민 모니터링단의 역할은 지방자치단체 및 자치구, 산하기관, 투자출연기관이 제작하는 관광 홍보물(리플릿, 책자, 동영상 등) 상시 모니터링 및 신고, 지방자치단체 양성평등 관련 정책 개인 운영 블로그, SNS 공유, 지방자치단체 관광홍보물에 관한 양성평등 정책 개선방안 제언 및 정책 제안 등이다.

마. 양성평등 의식 향상을 위한 담당자 교육

지방자치단체에서는 양성평등 의식 향상을 위한 양성평등 교육¹³⁾을 실시하는 방안을 추진할 수 있다. 교육과정은 크게 두 가지로 성인지력 향상교육과 성별영향평가 교육이다. 성인지력 향상교육은 관광정책의 수행자로서 공무원의 성 평등한 인식과 역량 강화 및 관광정책 실행의 과정에서 성인지적 관점의 중요성과 효과를 인식, 양성평등 의식

13) 양성평등 교육은 양성 중 어느 특정성에 대하여 부정적인 감정이나 고정관념, 차별적인 태도를 가지지 않고, 생물학적 차이를 사회문화적 차이로 직결시키지 않으며, 남녀 모두에게 잠재되어 있는 특성을 충분히 발현하여 자신의 자유의지로 삶을 계획하고 세상을 볼 수 있도록 촉진하는 교육을 말한다(교육부, 1999)

확산에 기여하는 것으로 목표로 한다. 성별영향평가 교육은 관광정책과 관광사업의 성별 조건을 고려, 성 형평성을 확보하기 위한 젠더이슈 파악 및 성별영향평가 실무능력 함양, 성별영향평가 대상 법령, 예산, 사업 내용 및 수행방식 등에서의 정책개선 및 환류방안에 대한 실행력 강화를 목표로 한다.

바. 지역관광 콘텐츠 양성평등 우수사례 발굴 및 확산

지방자치단체에서는 지역관광 콘텐츠 대상 양성평등 우수사례 발굴 및 확산하는 방안을 추진할 수 있다. 지역관광 콘텐츠 점검지표와 점검 포인트를 통해 지역관광 콘텐츠를 점검하고, 성별, 연령별, 직업별, 가족 유형별로 관광활동에 있어 다양한 묘사와 재현이 이루어지고 있고, 지역관광 콘텐츠 표현방식에 있어서도 성별, 연령별로 균형감 있게 묘사하고 있는지 살펴보고 수범사례에 대해 공유하여 확산해나가도록 한다. 반대로, 관광활동에 있어 성 차별하거나 성 역할 고정관념을 강화하고 있는지, 성희롱 및 성폭력 방조·성적수치심 유발 등의 행위묘사 및 표현에 대해서도 즉시 개선하여 시정하도록 한다.

〈표 5-10〉 주체별 역할

주체	역할
문화체육관광부	<ul style="list-style-type: none"> - 양성평등문화정책위원회의 지역관광콘텐츠 홍보물 심의 기능 추가 - 시범사업 추진 통해 우수사례 보급 및 확산 - 관광콘텐츠 제작 분야 성희롱·성폭력 예방 행동강령 개발
지방자치단체	<ul style="list-style-type: none"> - 지역관광 콘텐츠 시민 모니터링단 구성 및 운영 - 양성평등 의식 향상을 위한 담당자 교육 - 지역관광 콘텐츠 대상 우수사례 발굴 및 확산

양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검방안 연구

제6장

결론 및 제언

제1절 결론

사회적으로 양성평등에 대한 관심과 요구가 증가하고 있지만, 지역관광 정책에서 양성평등 관점이 어떻게 적용되어야 하는지에 대한 논쟁과 논의가 이루어지지 않고 있다. 특히, 여성가족부는 '19년 특정성별영향평가 결과, 지역관광 콘텐츠 제작 및 활용 시 성인지 관점에서 점검 방안을 마련하도록 문화체육관광부에 권고하였다.

본 연구에서는 이러한 문제점을 인식하고 정부홍보물 성별영향평가 점검지표를 토대로 기존 점검지표에서 설명할 수 없거나 불필요한 지표, 수정이 필요한 지표, 지역관광 콘텐츠의 특수성을 반영한 추가지표를 제안하여 양성평등 관점에서 점검지표를 개발하여 점검체계에서 점검지표가 제대로 작용할 수 있는 방안을 마련하고자 하였다.

연구 목적을 달성하기 위해 선행연구, 담당자 의견조사, 전문가 자문, 국내외 점검지표 사례 분석, 지역관광 콘텐츠 내용분석 등을 통해 지역관광 콘텐츠의 양성평등 실태 및 문제점을 파악하고 지역관광 콘텐츠 점검지표 및 점검체계를 제시하였다.

첫째, 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 지표 개선은 해석과 표현방식의 다양성을 확보하는 방향에서 접근한다. '등장인물 해석의 다양성' 지표는 "특정 성별의 고정된 이미지나 등장인물의 성별로 외모, 복장, 동작 등을 한정하지 않고, 특정 성별에 관계없이 다양한 활동과 역량으로 해석하여 묘사하고 있는가?"로 제시하였다. '콘텐츠 구성요소간의 조화' 지표는 "관광지 상황 및 관광자원의 특성에 부합한 복장이나 행동으로 구성하고 있는가?"로 제시하였다. 또한 '표현방식의 다양성' 지표는 "특정 집단에 편중되지 않고 가족구성과 계층 등이 다양한 유형으로 제시하고 있는가?"와 "가족 내 역할을 성별에 따라 고정하지 않고 다양하게 제시하고 있는가?" "나레이터의 표현방식(홍보물이 내레이션으로 포함된 목소리 등)이 성별, 연령별 다양성이 존재하는가?"로 제시하였다. 마지막으로 '성희롱 표현 유무' 지표는 "관광활동 참여에 있어 상대방에게 불쾌감을 주는 원치 않은 육체적·언어적·시각적 행위로 이미지를 사용하거나 사진이나 영상을 통해 표현하는

가?”로 제시하였다.

둘째, 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검체계 방향은 사전 단계와 제작 단계, 사후 단계로 구분하여 제시하였다. 사전 단계에서는 양성평등 교육과 제작안내서를 발간하여 성인지 감수성을 제고하고, 제작이전 단계에서 성인지 지표 자가진단을 실시한다. 또한, 홍보물심의위원회를 구성하여 운영한다. 제작 단계에서는 지역관광 콘텐츠 기획·제작·사후 단계에서 해당 사항이 성차별적 내용인지, 성별 특성을 반영하고 있는지, 성차별적인 결과를 가져오는 것은 아닌지, 실질적 평등을 위한 조치를 취하고 있는지 등을 면밀하게 분석점검한다. 사후 단계에서는, 젠더 전문가와 관광전문가로 구성된 모니터링과 전문가 발굴 및 인력풀을 구축하고, 점검결과에 대해 이행 조치하도록 한다.

본 연구에서 제안된 정책과제는 향후 문화체육관광부 및 지방자치단체에서 지역 관광 콘텐츠를 홍보하는데 있어서 기초자료로 활용됨은 물론이고 지역 관광홍보물의 내용분석, 국내외 사례검토, 전문가 의견조사를 통해 정책과제를 도출하였다. 이를 토대로 향후 문화체육관광부가 지역관광 홍보물 점검을 위한 큰 방향성 차원에서 점검지표와 점검체계를 제안하였다.

본 연구에서 다루고자 한 지역 관광콘텐츠 점검방향 연구는 단기적 현안을 해결하는 정책과제라기보다는 지역 관광콘텐츠의 점검 지향점 및 점검 포인트 등 구체적인 방향성을 제시해보는데 의의가 있다.

특히 기존 지역 관광콘텐츠 점검의 방향이 여성가족부와 행정안전부의 주도적 형태의 정책수단이 많았다면 본 연구를 통해 문화체육관광부와 지방정부의 주도적인 지역 관광콘텐츠 점검 형태로 조금은 지역 관광콘텐츠 점검방향을 실질적으로 변화시키는데 기여하고자 방안들을 제시하였다.

그러나, 현실적으로 문화체육관광부의 지역관광 콘텐츠 점검기능의 법적인 근거 부재와 더불어, 지방자치단체의 지역 관광콘텐츠의 다양한 형태의 발행구조로 인해 실현가능성이라는 측면에서 검토해야 한다. 예를 들면 관광콘텐츠 용역 관련 불공정행위 심사지침 마련, 관광분야 성희롱·성폭력 예방 행동강령 개발 등 문화체육관광부 주도의 정책수단 입안 등 선제적 형태로 해결되어야 추진 할 수 있거나, 여성가족부와 관광분야 업계와 협업해야 추진을 할 수 있는 한계도 있다.

그럼에도 불구하고, 본 연구에서 제안하고 있는 지역 관광콘텐츠 점검 방향을 위해 제시된 과제들은 문화체육관광부의 관광분야 양성평등 관점의 적용을 위해 기본적으로

해결해야 할 과제들로 구성하여 제시하였다는 점에 의의가 있다.

또한, 여성가족부의 성별영향평가 제도 측면에서 관광분야를 적용하는 것이 아니라 관광의 특수성을 고려하여 지방자치단체가 스스로 지역 관광콘텐츠를 살펴볼 수 있도록 점검지표와 점검체계를 마련하였다는 점에서도 의의가 있다.

무엇보다, 금번 연구를 통해 지역 관광콘텐츠 점검 방향으로 제시된 방안들은 지방자치단체의 지역관광 콘텐츠 내용 분석을 통해 점검 필요성과 점검 지향성 제시 차원에서 제안되었기에 향후 지속적으로 모니터링을 통해 지표의 개선과 점검방향이 수정이 필요하다. 이를 위해서는 지표의 점검에서 나타난 관광자원에서 나타난 성인지 관점의 개선 사항과 지역관광 콘텐츠 제작 환경에서 나타난 성인지 관점의 개선사항을 구분해서 심화 연구 하는 것이 필요하다고 본다.

제2절 정책 제언

지역관광 콘텐츠의 내용 분석결과 지역관광 콘텐츠는 크게 세 가지 측면의 한계점을 나타나고 있다. 첫째 등장인물이 획일적·표면적으로 해석하여 성 역할 고정관념을 고착화하는 경향이 나타나고 있다. 특히, 여성 등장인물의 경우 획일적으로 묘사하는 경향이 나타나고 있다. 여성을 수동적 존재로 해석하여 성역할 고정관념을 고착하고 있다. 여성을 주체적 능동적 존재로 묘사하거나, 자원을 묘사함에 있어 자원이 가지는 가치를 보다 다양한 관점에서 분석하는 것이 필요하다.

둘째, 등장인물 구성요소 사이의 부조화하는 경향이 나타나고 있다. 등장인물 상황 및 관광자원의 특성에 부합하지 않는 복장이나 행동을 묘사하는 사례가 나타나고 있다. 구성요소가 다양한 조합이 가능하지만, 관광자원과 구성요소와 부합하지 않는 형태로 물리적인 아름다움에 집중해서 부각되고 있다.

셋째, 등장인물의 표현방식에 있어 특정 성별이나 특정 계층을 대표하지 못하고 획일화하는 경향이 있다. 전 연령대가 접근가능한 관광지 또는 관광자원 체험활동이 가능하지만, 특정 연령(젊은층), 특정 성별(여성)만 부각하거나, 등장인물의 유형에 있어서도 특정유형에 편중되어 표현하는 사례가 있다. 예를 들면, 다양한 관광지(관광자원)에 따라 다양한 유형의 인물이 등장하거나, 전형적인 가족 유형이 아닌, 다양한 가족유형을 표현해나가는 노력이 필요하다.

또한, 정부홍보물 성별영향평가 점검지표 통한 점검이 강제성이 없어 실행력 제고가 어려운 현실을 반영하여 향후 추가 연구를 통해 구속력을 높이는 노력이 필요하다.

구체적으로는 후속 과제 발굴이 필요하다.

첫째, 여성문화 콘텐츠 발굴 및 활용 등 우수사례 공유 및 확산이다. 역사, 전설, 인물 등 일반들에게 익숙한 콘텐츠에는 이미 남성 우월적, 성차별적, 여성 비하적 편견이 내재된 채로 수세기 동안 전해 내려온 경우가 많으며, 이로 인해 일반인들은 자연스럽게

이러한 왜곡된 성관념에 익숙해져 있는 경우가 많다(류정아, 2018). 지역관광콘텐츠 내용 분석 결과 크게 나타난 문제점으로 성별 다양성이 확보되지 않았다. 온라인 홍보물은 여성 모델이 다수 등장하고, 관광지 내용과 무관하게 복장, 외모, 동작 등을 보여주거나, 젊은 여성 모델을 중심으로 부분 이미지와 전신 이미지를 통해 성적 대상화하는 사례가 다수 발견되었다. 이는 여성의 물리적인 아름다움에 한정하고 여성은 외모 지향적이거나 소비 지향적인 이미지로 비쳐질 우려가 있고, 여성의 역할에 있어서도 정적인 이미지로 한정하여 성 역할 고정관념을 강화시키고 있다는 것이다. 관광자원에 있어서도 남성 중심의 전문가 출연이나 내레이션 등으로 성별 불균형이 심화되는 것으로 나타나고 있다. 이를 해소하고 다양한 여성의 다양한 분야에서 활동하고 있는 역사적 인물이나 자원을 발굴하고 소개해나감으로써 지역관광 콘텐츠의 인물 다양성을 확보하고 성 역할 고정관념이나 성별 대표성 불균형을 방지하는데 앞장서나가야 할 것이다. 공공기관에서 생산하는 콘텐츠는 ‘다양성’과 ‘성평등’ 침해하는 것은 지탄받고 있어 각별히 주의를 기울여야 한다. 여성 참여 확대 및 여성 대표성 제고를 위해 여성인물의 관광자원화 통해 관광프로그램 및 관광코스 개발이 가능하다. 여성인물의 소극적 해석에서 벗어나 적극적인 활용사례들이 발생하고 있다. 콘텐츠 기획자는 자체적으로 완결성을 갖추도록 점검 포인트에 기획자 구성에 있어 ‘여성’을 포함하는 방안을 검토하는 등 여러 관점이 들어갈 수 있도록 하는 것이 필요하다. 원주 ‘임윤지당’ 인물을 활용한 임윤지당길 벽화조성사업 등 지자체별로 사례가 계속 생겨나고 있다. 즉, 여성인물의 소극적 해석에서 벗어나 적극적인 활용사례들이 발생하고 있다.

한편, 여성이 단독으로 여행이 가능하다는 것을 강조하기 위해서는 안전 부분에 대한 내용을 포함하는 것도 필요하다. 일부 관광지에서 여성 관광객을 대상으로 한 범죄가 발생하고 있고, 지역관광 홍보물의 인물 출연에 있어서도 정상적인 가족 형태 중심으로 출연하여 장애인 관광 등 사회적 약자에 대한 홍보물 기획 및 인권의 다양성 측면에서 검토가 필요하다. 지역관광 콘텐츠는 공공 영역에서 모든 국민을 대상으로 기획하여 홍보하는 기능을 하고 있기 때문에 비장애인과 장애인 모두를 포함하는 방향으로 할 필요가 있다.

둘째, 공공 홍보물의 공익성 확보 노력 및 제도적 장치 마련이다. 관광객은 주로 일상 탈출 및 휴식, 동반자와의 관계강화 등의 목적으로 관광동기를 가지고 있다. 지역관광 콘텐츠는 관광자원의 흥미성과 유희성을 소구하여 관광객을 유인하는 경향을 보이고 있

다. 공공 홍보물의 위상을 고려하면 공익성 측면을 우선적으로 검토해야 한다. 예를 들면, 주막 홍보문 제목에서 조선 보부상 옛보기! 로 기재되어 있는데, 제목에서 '옛보기' 등은 최근 불법 촬영 등의 문제 등을 생각해볼 때, 공공에서 용어를 사용하는 것에 대해 재고의 여지가 있다. 최근 메타버스 활용한 지역관광 콘텐츠 홍보가 이루어지고 있고, 앞으로도 MZ세대를 목표로 지역관광 유치를 위해 더욱 확대될 전망이다. 메타버스 기술을 활용한 지역관광 콘텐츠 홍보과정에서 나타날 수 있는 문제점을 해결할 수 있는 방안이 시급하다. 메타버스가 기존 인터넷과 가장 다른 지점은 3차원 가상세계에서 구현된다는 점이다. 전라남도에서는 올해 전남 관광홍보관을 구축하고, 2022년에는 메타버스 플랫폼을 활용해 전남 관광홍보관에 시군의 다양한 관광콘텐츠 공간을 구성할 계획이다. 전주시의 경우 메타버스 '제페토'를 활용한 관광거점도시 전주 홍보를 계획 중이다. 특히, 전주한옥마을 태조로와 전주역 앞 첫마중길 등 관광명소를 활용해 가상공간을 구현하는 '전주 8월의 크리스마스' 행사를 준비하고 있다. 제페토 안에서 전 세계 아바타들이 한여름의 크리스마스 랜드로 여행할 수 있도록 한다는 계획이다. 그러나, 메타버스에서 일어날 수 있는 성인지 감수성을 저해하는 관광 콘텐츠 유통이나 성 차별적인 표현 등에 대해 모니터링 시스템이 작동할 수 없는 구조적 한계를 해소할 수 있는 방안이 마련되어 있지 않다.

따라서, 여성가족부와 협업하여 기존 지역관광 콘텐츠인 온라인·오프라인 환경과 메타버스에서 어떻게 다른지를 살펴보고, 그 차이에 맞는 적절한 대응 방안을 마련하여 이용자를 보호할 필요가 있다. 앞서 살펴본 바와 같이 '문화예술용역 관련 불공정행위 심사지침'에서 성희롱 행위가 예술창작활동 방해 행위로 규정하고 심사기준을 세분화하였듯이, 관광분야에서 '관광콘텐츠 용역관련 성희롱행위 심사지침'을 마련할 필요가 있다.

참고문헌

- 강현철·류성진(2014), 「문화관광콘텐츠산업 분야의 글로벌 법제전략 연구」, 한국법제연구원
- 교육부(1999), 양성평등 학교문화 선생님이 만듭니다. 서울: 교육부 여성교육 정책담당관실.
- 국가인권위원회(2017), 미디어에 의한 성차별 모니터링.
- 권희정(2019), 「청소년의 성미디어리터러시, 성허용성, 자아존중감이 성인지각수성에 미치는 영향」, 여자대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 김경희·홍성만·오정진·이선우(2001), 「정부 부처 내의 성인지적 정책형성을 위한 지침 마련 및 제도화 방안 연구」, 여성부.
- 김돌순·최영진·송효진·이선민(2014), 「주요 분야 성별영향분석평가 정책개선 가이드 개발」, 한국여성정책연구원.
- 김혜인·이성민(2019), 「문화정책의 성평등관점 정착과 발전방향」, 한국문화관광연구원.
- 류정아(2018), 「성평등 문화정책 현황 및 발전방안」, 한국문화관광연구원.
- 마경희(2007), “성주류화에 대한 비판적 성찰: 여성정책의 새로운 패러다임인가? 함정인가?”, 한국여성학, 23(1), 39-67.
- 마경희·조영주·문희영·이은아·이은미(2018), 「성불평등과 남성의 삶의 질에 관한 연구」, 한국여성정책연구원.
- 문영화(2019), “성희롱 관련 소송에서 ‘성인지 감수성’과 자유심증주의”, 민사소송 제 23권 제3호, 한국민사소송법학회.
- 문화체육관광부(2014) 뉴미디어를 활용한 정책홍보 가이드라인.
- 설진배(2017), “양성평등관점에서의 북한이탈주민 정착지원 방향: 남성 탈북민을 중심으로,” 『신안보연구』, 제2권 2호(통권191호), 국가안보전략연구원.
- 안상수(2007), 성차별적 언어 표현 사례조사 및 대안마련을 위한 연구, 국립국어원·한국여성정책연구원.
- 여성가족부(2017), 양성평등 방송 프로그램 제작 안내서.
- 여성가족부(2021), 2021년 성별영향평가지침.

- 여성부(2001), 성인지적(性認知的) 정책형성을 위한 안내서.
- 오동일(2018), 「디즈니 장편 애니메이션 겨울왕국에 나타나는 남성 캐릭터의 남성성 연구」, 한국디지털콘텐츠학회 논문(18), 1218면.
- 우먼타임즈(2020.1.30.), [페미니즘 용어 읽기] ① 섹스&젠더&섹슈얼리티.
- 유정미(2019), “반격의 ”양성평등“에서 ”(양)성평등“의 재정립으로”, 한국여성학, 35(2), 1-35.
- 음선필(2018), “양성평등과 대한민국 헌법,” 『홍익법학』, 1호, 홍익대학교 법학연구소
- 이동후(2018), 「방송프로그램의 양성평등 실태조사-예능 및 생활정보 프로그램을 중심으로」, 방송통신심의위원회.
- 이미원·성지혜(2012), 대구광역시 성인지(性認知)정책 기반 구축 방안에 관한 연구,
- 이승주·이소민(2017), 여성의 가사노동에 대한 태도 및 사회적 규범에 대한 여성의 인식이 가사노동시간의 성불평등에 영향을 미치는가?: 합리적 행위이론을 통한 매개효과 분석, 한국가족복지학, 58권 0호, 5-36.
- 이은선·전미경(2019), 양성평등 관점에서 본 중학교 기술가정 교과서의 남녀 삽화 연구, 한국가정과교육학회지, 31(2), 137-153.
- 임현정(2020), 「부산시 양성평등 가이드라인 수립」, 부산여성가족개발원.
- 장미혜·민현주·김혜영·염유식·조소영(2008), 양성평등 문화지표 개발 연구, 문화관광부, 한국여성정책연구원.
- 전국언론노동조합 성평등위원회(2021), 미디어를 위한 젠더 균형 가이드.
- 전길양·신경아·이남화·김은화·조혜련·허민숙(2015), 성인지 교육의 효율적 기반체계 구축 및 운영방안 연구, 여성가족부.
- 정재원·이은아(2018), 대학생 성 인지 감수성 향상을 위한 젠더 트레이닝- 여성학 교양수업 사례를 중심으로, 교양교육연구, 12(5), 11-35.
- 정해숙·구정화·최운정(2010), 교과서의 성차별 실태분석 및 개선방안 연구, 여성가족부.
- 조혜자(2001), 성 고정관념: 왜 끈질긴가?, 한국심리학회지, 6(3), 107-125.
- 주디스 버틀러(2008), 젠더 트러블: 페미니즘과 정체성의 전복, 조현준 옮김. 문학동네
- 주디스 버틀러(2016), 주디스 버틀러, 젠더 트러블:, 조현준 옮김. 커뮤니케이션북스(주)
- 주재선·윤덕경·김영태·김영란·김난주(2017), 「국가 성평등 수준 점검 지표 개발」, 한국여성정책연구원.
- 중부매일(2014.02.10.), '성 주류화'가 무슨 뜻입니까? [여성칼럼]유영경 충청북도여성발전센터.

- 한국기자협회·여성가족부·여성노동법률지원센터(2018), 「성폭력·성희롱 사건, 이렇게 보도해 주세요!」.
- 한국일보(2021.08.26.), “메타버스 사람 오감 자극하는 쪽으로 발전…가상세계 성폭행 등 예상 문제도 고민해야”, 김동욱 기자.
- 행정안전부(2019), 웹사이트 발주자·관리자를 위한 행정·공공 웹사이트 구축·운영 가이드
- 허목화(2020), 「강원도 홍보물 성평등 길잡이 수립 및 매뉴얼 제작 연구」, 강원도여성가족연구원.
- 헬로티(2021.05.06.), 메타버스의 그림자...가상현실 세계에도 할렘가가 있을까? 이동재 기자.
- 양성평등교육자료집 <http://school.cbe.go.kr> > fileDownload > ydis-h.
- Anita Ramsak(2013), “Guidelines for Gender Sensitive Reporting.
- BROADCASTING AUTHORITY(2007), Broadcasting Authority’s Annual Report for 2007.
- Collins, R. L. 2011. “Content Analysis of Gender Roles in Media: Where Are We Now and Where Should We Go?”, Sex Roles, 64(3-4), 290-298.
- C. W. Franklin II(1984), The Changing Definition of Masculinity, New York: Plenum Press.
- Catharine Mackinnon(1987), Feminism Unmodified: Discourses on Life and Law, Cambridge, Harvard University Press.
- Goffman, E. 1974. “Frame analysis: an essay on the organization of experience”, Cambridge, MA: Harvard University.
- European Institute for Gender Equality(2016), 「Gender in tourism」.
- Glick, Peter and Susan T. Fiske(1996), The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating Hostile and Benevolent Sexism. Journal of Personality and Social Psychology, 70(3), 491-512.
- Walby, S. (2005). Gender mainstreaming: productive tensions in theory and practice. Social Politics- : International Studies in Gender, State & Society, 12(3), 321-343.
- Women in news(2020), Amplifying women's voices A Gender Balance Guide For Media.

- <https://www.who.int/health-topics/gender>
- <https://eige.europa.eu/gender-mainstreaming/good-practices/finland/training-ministries-gender-mainstreaming>
- <https://academy.visitkorea.or.kr/edu/yearSchedule/list.do>
- http://www.ktouredu.kr/curr/curr1_1.asp
- <https://tour.gb.go.kr>
- <https://namdokorea.com>
- <http://www.city.koganei.lg.jp>

ABSTRACT

A Study on Local Tourism Contents Inspection Method from the Perspective of Gender Equality

Hoonseong Oh

The purpose of this study is to determine whether the relevant content is sexist, reflects gender characteristics, does not bring about sexist results, and whether measures are being taken for substantive equality in the planning, production, and post-production of local tourism contents. It is to prepare an inspection plan based on a gender-sensitive perspective that analyzes and inspects in detail.

Based on the analysis results of gender equality monitoring of regional tourism contents, the inspection direction was largely divided into two aspects: improvement of indicators and preparation of an inspection system. First, the improvement of regional tourism content indicators from the perspective of gender equality is approached in order to secure the complexity of tourists, suitability of tourism resources, and diversity of combination of tourists and tourism resources.

Second, the direction of the regional tourism content inspection system from the perspective of gender equality was presented divided into preliminary stages, implementation stages, and inspection stages. In the preliminary stage, a regional tourism content production (development) plan from a gender equality perspective is established, and self-diagnosis of gender recognition indicators is carried out in the pre-production stage. In addition, the Committee for Public Relations and Materials shall be organized and operated. During the implementation phase, campaigns and gender recognition indicators and monitoring groups are operated. In the post-stage stage, analysis and inspection are conducted through gender

monitoring and gender evaluation. It is also considered to conduct a gender impact assessment if necessary.

Keywords

Local tourism contents, inspection method, perspective of gender equality, Gender sensitivity

양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검방안 연구

부록

부 록

1. 경상북도, 전라남도 모니터링 결과

가. 지역관광콘텐츠 모니터링 목록

매체	지역관광 콘텐츠물	조회수	분량
유튜브	굿샷 좀 해주면 안 돼요? 전세계 최초공개 킬링여신 & 재익좌 광고	10만회	1:31
	경북 언택트 힐링 여행지 23선 소개	9.8만회	12:01
	경주월드, 드라켄 크라크 파에톤 메가드롭 탑승영상 간접체험, 가슴 캤 켜고 경주월드 정복	2만회	9:46
	경북여행, 조금 떨어져도 마음은 가까운, 여기는 경상북도입니다.	1.4만회	4:10
	문경가 일장춘몽(Song of going to Mungyeong - The Daydream)	1.3만회	2:39
	경북여행, 포항여행 / 친구들이랑 팡파라팡팡	1.3만회	3:51
	경북여행, Your Next Destination #경북힐링여행 #경북여행영상 #언택트관광경북	1.2만회	3:46
	경북여행, 경북, 날다	1.1만회	3:13
	경북여행, 왕의 길에서 오늘을 걷다	1.1만회	4:11
	경북여행, 나만의 경북 '나만의 작은 숲을 찾아서'	1.1만회	4:08
경북여행, 경상북도 영주 '힐링로드를 따라 떠나는 여행'	1.1만회	5:00	
경북여행, 감성 여행영상 인생은 여행이다..	1.1만회	5:00	

매체	지역관광 콘텐츠물	젠더 전문가	관광전문가
인스타그램	의성 조문국사적지		
	포항 선바우길		
	예천 삼강주막		
	군위 화본마을		
	청도 새마을운동발상지기념공원		
	울진 불영사		
	응답하라 경북, 여긴 어디?		
	문화예술 스포츠		
	청송여행		
	안동 길안천지생태공원		
	포항 장길리복합휴식공원		
	2021백두개간인문캠프		
	청도읍성		
	영양 산나물축제		
	문경 대야산 해발 915m		
	관동팔경의 가장 남쪽, 울진		
	영천 안의마을		
	구미 지산갯강생태공원		
	상주 경천섬공원		
	안동 남강물길공원		
	야경 좋은 경북		
	미리 걷는 안동호반 달빛야행		
	경주로 떠나는 꽃강스		
	문경여행		
	경산 박곡지, 남매공원		
	영천강변공원		
	나의 경북여행이야기		
	청도유등지		
	불나들이 가기 좋은 성주		
	고령대가야 시장		
	햇플만 다녔다. 핵인싸가 되었다. 우대금리를 받았다		
	구미 갈외루, 구미정		
	야경 좋은 경북		
의성 금산서원			
군위 삼존석굴			

매체	지역관광 콘텐츠물	젠더전문가	관광전문가
인스타그램	행복나눔 경북예술장터		
	예천 회룡포		
	경주봄산책		
	청도와인터널		
	국립경주박물관		
	칠곡 가실성당		
	포항 해오름 전망대		
	경북여행리포터V-log단모집		
	청도 각북 벚꽃길		
	지금 경북 벚꽃		
	야경 좋은 경북		
	의성 산수유마을		
	예천 목재문화체험장		
	성주 안심여행		
	야경 좋은 경북		
	엔택트 관광지 청도		
	인생샷 스팟5		
	비대면 관광지 추천3		
	경북을 대표하는 관광기념품을 찾습니다		
	팔공산여행		
	명물 땡땡!		
	구미 철새		
	청도여행		
	경북여행리포터 모집		
	경북여행 작가 모집		
	W3W로 찾는 경북 보물		
	STAY IN 한옥		
	잔잔한 호수		
	블루로드		
	경북 찻집		
	군파크루지		
	마을투어		
	운해명소		
찰쌀떡 맛집			
혼자만의 느린여행			

매체	지역관광 콘텐츠물	젠더 전문가	관광 전문가
인스타그램	자동차 트레킹		
	자연 힐링 영양여행		
	경북의봄 미리보기		
	국물맛집		
	경주남산		
	GOOD BYE WINTER		
	울릉도 사계		
	감성카페		
	경북, 설산		
	별빛여행		
	겨울감성 핏캣스 징검다리 연구소		

매체	지역관광 콘텐츠물		젠더	관광
블로그	추천여행 (10)	작약꽃이 피기 시작한 의성 조문국		
		조선 보부상 엿보기! 예천 삼강 주막		
		남쪽에는 병산이, 서쪽에는 노을이 잘 어울리는 안동 병산서원		
		5월 여행지 추천 청도읍성		
		노래 따라 떠난 여행 안동 그리고 예천		
		해질 무렵부터 야경까지 포항 가볼만한 곳		
		새마을 운동이 시작된 곳 청도 새마을 운동 발상지 기념공원		
		언택트하게 바다 즐기기 호미반도 해안 둘레길		
		봄을 느끼다 경산 비호동산		
		봄캠핑, 그리고 벚꽃엔딩 칠곡 가산산성야영장		
	경북축제 (2019, 21개)	차사발에 배움과 음식을 담은 문경		
		고령 대가야 문화재야행		
		성주 성박숲 희망길 외숲 축제		
		신나는 봉화은어축제		
		울진 한수원 뮤직팜페스티벌		
		월영야행		
		화산마을 해바라기축제		
		울진 한수원 뮤직팜페스티벌		
		김천자두포도축제		
		영천 보현산별빛축제		
		포항국제불빛축제		
		성주생명문화축제		
		대가야체험축제		
		청도소싸움축제		
		안동축제		
		성주생명문화축제, 참외페스티벌		
		문경차사발축제		
		온뜨레 피움 페스타		
		고령대가야체험축제		
		안동 암산얼음축제		
	경북해맞이축제			
	체험여행 (2018, 19개)	청송여행		
		안동		
		고령딸기		
		청통휴게소		
		하옥리 캠핑		

매체	지역관광 콘텐츠물		젠더	관광	
블로그		구미 냉산친환경체험농장			
		경주			
		김천 녹색미래과학관			
		고령 개살마을			
		포항 과메기 문화관			
		경북스릴체험여행 부향호			
		경주 버드파크			
		문경철로자전거			
		포항 로보라이프뮤지엄			
		군위 자연사박물관			
	맛집추천 (2020, 17개)	경산 삼성현역사문화관			
		영천 최무선과학관			
		상주 맑은개울캠핑장			
		고령 대가야농원 얼음썰매			
		경주			
		경산			
		구미			
		군위			
		울진			
		경주 황리단길			
		안동			
		문경			
		경산 카페 달리지트			
		경산 영남대			
		경산 에이바이트키친			
		경주 요석궁			
		안동 풍전브런치카페			
		청송 카페			
		안동 카페			
		포항 정담			
		김천 중앙시장			
		숙박 (2018, 11개)	경주 코오롱호텔		
			상주 성주봉자연휴양림		
	고령 신촌숲 캠핑장				
	고령 신촌유원지				
		영덕 칠보산휴양림			

매체	지역관광 콘텐츠물		젠더	관광
블로그	숙박 (2018, 11개)	포항 캠핑장		
		안동 구름에 리조트		
		영덕 숲해설 캠핑		
		안동 임하호 캠핑장		
		고령 카라반		
		경주 메종미니호텔		

〈표 1〉 경상북도, 전라남도 지역관광 모니터링 세부 목록

- 경상북도 모니터링 세부 목록(118개)

구분	제목	고유번호
리플렛 (1개)	3대문화권 방문의 해 리플릿	1
가이드북 (1개)	2020년 경북관광가이드북	2
지도 (1개)	경북관광안내지도	3
페이스북 (38개)	5.1	4
	5.2	5
	5.3	6
	5.4	7
	5.5	8
	5.6	9
	5.7	10
	5.8	11
	5.9	12
	5.10	13
	5.11	14
	5.12	15
	5.13	16
	5.14	17
	5.15	18
	5.16	19
	5.17	20
	5.18	21
	5.19	22
	5.20	23
5.21	24	

구분	제목	고유번호
	5.22	25
	5.23	26
	5.24	27
	5.25	28
	5.26	29
	5.27	30
	5.28	31
	5.29	32
	5.30	33
	5.31	34
	블로그 (20개)	작약꽃이 피기 시작한 의성 조문국
조선 보부상 엿보기! 예천 삼강 주막		36
남쪽에는 병산이, 서쪽에는 노을이 잘 어울리는 안동 병산서원		37
5월 여행지 추천 청도읍성		38
찾사밭에 배움과 음식을 담은 문경		39
고령 대가야 문화재야행		40
성주 성밖숲 희망길 외숲 축제		41
신나는 봉화은어축제		42
청송여행		43
안동		44
고령딸기		45
청통휴게소		46
경주		47
경산		48
구미		49
군위		50
경주 코오롱호텔	51	
상주 성주봉자연휴양림	52	
고령 신촌숲 캠핑장	53	
고령 신촌유원지	54	
인스타그램 (40)	의성 조문국사적지	55
	포항 선바우길	56
	예천 삼강주막	57
	군위 화본마을	58
	청도 새마을운동발상지기념공원	59
	울진 불영사	60
	응답하라 경북, 여긴 어디?	61
	문화예술 스포츠	62
	청송여행	63

구분	제목	고유번호
	안동 길안천지생태공원	64
	야경 좋은 경북	65
	미리 걷는 안동호반 달빛야행	66
	경주로 떠나는 꽃강스	67
	문경여행	68
	경산 박곡지, 남매공원	69
	영천강변공원	70
	나의 경북여행이야기	71
	청도유등지	72
	봄나들이 가기 좋은 성주	73
	고령대가야 시장	74
	칠곡 가실성당	75
	포항 해오름 전망대	76
	경북여행리포터V-log단모집	77
	청도 각북 벚꽃길	78
	지금 경북 벚꽃	79
	야경 좋은 경북	80
	의성 산수유마을	81
	예천 목재문화체험장	82
	성주 안심여행	83
	야경 좋은 경북	84
	W3W로 찾는 경북 보물	85
	STAY IN 한옥	86
	잔잔한 호수	87
	블루로드	88
	경북 찻집	89
	군파크루지	90
	마을투어	91
	운해명소	92
	참쌀떡 맛집	93
혼자만의 느린여행	94	
유튜브 (12개)	굿샷 좀 해주면 안 돼요? 전세계 최초공개 컬링여신 & 재익좌 광고	95
	경북 언택트 힐링 여행지 23선 소개	96
	경주월드, 드라켄 크라크 파에톤 메가드롬 탑승영상 간접체험, 가슴 캤 켜고 경주월드 정복	97
	경북여행, 조금 떨어져도 마음은 가까운, 여기는 경상북도입니다.	98
	문경가 일장춘몽(Song of going to Mungyeong - The Daydream)	99
	경북여행, 포항여행 / 친구들이랑 팽파라팡팡	100
	경북여행, Your Next Destination #경북힐링여행 #경북여행영상 #	101

구분	제목	고유번호
	언택트관광경북	
	경북여행, 경북, 날다	102
	경북여행, 왕의 길에서 오늘을 걷다	103
	경북여행, 나만의 경북 '나만의 작은 숲을 찾아서'	104
	경북여행, 경상북도 영주 '힐링로드를 따라 떠나는 여행'	105
	경북여행, 감성 여행영상 인생은 여행이다..	106
유튜브 최근 동영상 (4개)	경북의 산 현민박오토캠핑장 - 접대캠핑해보기	107
	고령군 관광 홍보 영상 편택트고령 Funtact Goryeong 2021	108
	경북프로모션 경북여행 경상북도에서 나의 인생샷을 담다!	109
	봄꽃축제 경북가볼만한곳 지금 당장 떠나야 하는 경북의 여행지 PART.3 동해안권	110
유튜브 6개월전 동영상 (4개)	60초 경북 여행 영화제, 자연이 살아 숨쉬는 곳, 경상북도 영양 죽파리 자작나무 숲	111
	60초 경북 여행 영화제, 안동 힐링 버킷리스트	112
	60초 경북 여행 영화제, 여행은 역시 경북이지	113
	60초 경북 여행 영화제, 자연이 살아 숨쉬는 곳, 경상북도 영양 죽파리 자작나무 숲	114
유튜브 공모전 (4개)	UCC공모전_ 대가야의 흔적들_우수상	115
	UCC공모전_경북 유교 불교 문화 유적지를 찾아서_입선	116
	UCC공모전_영남의 뿌리는 낙동강이 아니었을까_입선	117
	UCC공모전_ 경북 물길 문화여행입선	118

- 전라남도 모니터링 세부 목록(110개)

구분	제목	고유번호
지도 (1개)	힐링여행의 시작	119
페이스북 (28)	5.1	120
	5.2	121
	5.3	122
	5.4	123
	5.5	124
	5.6	125
	5.7	126
	5.8	127
	5.9	128
	5.10	129
	5.11	130
	5.12	131
	5.13	132
	5.14	133
	5.15	134
	5.16	135
	5.17	136
	5.18	137
	5.19	138
	5.20	139
	5.21	140
	5.22	141
	5.23	142
	5.24	143
	5.25	144
	5.26	145
	5.27	146
	5.28	147
블로그 메인페이지 (4)	신안	148
	고흥	149
	카페맛집	150
	뚜벅이여행	151
블로그	눈이 시원해지는 나주 비타민여행	152

구분	제목	고유번호
풍성한 남도 (10)	이색메뉴와 분위기	153
	굽이굽이	154
	가정의 달 5월	155
	전라남도 핏여행	156
	스릴넘치는	157
	벚꽃 드라이브	158
	전라남도안전여행챗린지	159
	전라남도랜선봄꽃나들이	160
나랑 야경보러	161	
블로그 신나는 남도 (4)	싱그러운 툄립	162
	전남 12월 축제-순천만국가정원별빛축제	163
	새해 해맞이 일출명소-여수 항일암	164
	전남 겨울축제 추천-보성차밭빛축제	165
인스타그램 (40)	이맘때 수국은 국룰이니까!신안섬수국축제와 함께 도초도X비금도 여행 떠나자	166
	카페로 여행 떠나고 싶을 땐?	167
	건강한 쉼표, 전남에서 함께 만들어 볼래요?	168
	전라남도 두벽이 여행을 떠나고싶다면?	169
	수요일인데 모두 안녕하신가요..?(!_!_!)	170
	꽃이 예뻐? 내가 예뻐? 친구랑 ♡꽃나들이 가기 딱 좋은 5월의 곡성 드라이브 코스	171
	전국의 열정 라이더 여러분! 여기 주목 오늘 소개해드리는 전남의 바이크투어 추천코스에 주목해주세요:)	172
	5월에 떠나기 좋은 프라이빗 캠핑!	173
	Dark(어두운)+Tourism(여행)을 아시나요?여전히 살아 숨쉬고 있는 목 포의 근대 역사	174
	이번 5월에 어디가지?? 고민이 많은 여러분을 위해 준비한 가정의 달 맛이 전라남도 추천 관광지	175
	집에만 있는 땡땡이가 걱정이라면? 바깥바람 쐬기 딱 좋은 전라남도 애견동반 핫 플레이스 추천!	176
	골목길~ 골목길~♪ 어디서 먹어도 맛있는 전라남도 맛집거리	177
	강심장 인증 전라남도 액티비티 모았.zip	178
	기억해, 4월 13일. 네가 목포에 반한 시간	179
꽃길 클래스가 다른 전라남도! 전라남도 꽃길 명소 '목포, 광양, 진도'	180	

구분	제목	고유번호
	살랑살랑 내마음도 함께 설레는 화순	181
	바다, 바람만 있으면 눈부신 바다여행을 할 수 있어	182
	이렇게 예쁜 벚꽃 드라이브 한 적 있어?	183
	싱그러운 툇립이 가득한 장흥하늘빛수목원	184
	봄맞이 해남 여행 추천	185
	봄이 찾아온 전남을 보여드려요~ 전라남도 랜선 봄꽃나들이	186
	땡 뚫린 영광과 무안! 시원한 남도브릿지 * 칠산대교	187
	봄에 먹으니까 더 맛있음	188
	봄, 사랑, 벚꽃 말고~ 책口과 함께 떠나는 봄맞이 문학여행!	189
	보기만해도 설레는 *남도겨울감성여행*	190
	전라남도가 선정한 비대면 관광지 50선 그 마지막은?	191
	여러분의 2020년은 어땠나요? 가까이 다가갈 수 없지만 멀리서 즐기는 법을 배웠던 2020년	192
	전라남도가 선정한 남도 비대면 관광지 50선 4번째!	193
	지친 나를 위한 썬표같은 곳, 구례 '산에 사네'	194
	전라남도가 선정한 남도 비대면 관광지 50선 3번째!	195
	전라남도가 선정한 남도 비대면 관광지 50선 2번째	196
	전라남도가 선정한 남도 비대면 관광지 50선!	196
	나랑 야경 보러 가지 않을래?두근두근 남도야경투어 추천	197
	남도 F/W 사진공모전 베스트컷 모아봤.ZIP	198
	12월 추천관광지는? 겨울 *이면 더 생각나는 달달한 디저트	199
	쌀쌀해지는 요즘, 따끈~한 국물이 땡긴다면? 이맘때쯤 생각나는 남도국물요리	200
	반짝반짝 빛의 도시 광양으로 떠나는 랜선여행	201
	지치고 힘들 때 치유공간이 되어주는 숙소,	202
	트레킹 쯤 한다는 아웃도어러버라면?	203
	맛도 멋도 포기할 수 없다면? 두마리 토끼 전부 잡는 목포	204
유튜브 인기업로드 (4)	추석맛이 고향여행~ 내 고향 전라남도(조회수 47만회)	205
	[남도한바퀴] 남도한바퀴 버스 여행 어때? 버스로 떠나는 힐링여행 무브무브!(조회수 40만회)	206
	3월 국내여행 가볼만한곳, 전라남도 #해안드라이브 코스 추천(조회수	207

구분	제목	고유번호
	17만회)	
	국내여행, 어디 갈지 고민이라면? 남도여행길잡이! (조회수 12만회)	208
유튜브	[6월 추천 관광지] 지친 마음을 날려보낼 □무안 웰니스 여행	209
이달의추천관광지	[5월 추천 관광지] 해남으로 떠나는 안심 감성 여행□	210
(4)	4월 국내여행은? 전라남도 꽃길만 걷게 해줄게~	211
	3월 국내여행 추천! 남도로 떠나는 역사문학여행 장흥 편	212
유튜브	[남도먹깨비 44편] 대한민국 3대 불고기 맛집을 찾아서~ 광양불고기	213
남도	[남도먹깨비 43편] 대한민국 땅끝 해남에서 즐기는 닭한마리 코스 요리	214
먹깨비	[남도먹깨비 42편] 기분이 꿀꿀할 땐~ 장흥 된장물회!	215
요리&먹방	[남도먹깨비 41편] 하정우를 잇는..낙지먹방! 영암 약선육낙전골	216
(4)		
유튜브-	대한민국 최대 모터스포츠 축제, 전남GT!	217
남도 축제	[곡성군] 꽃향기 가득한 환상의 축제! 2019 곡성세계장미축제 여기!	218
어디까지	[담양군] 어머, 여긴 꼭! 가야해!! 5/1부터 담양 대나무축제 두둥!	219
가 봤니	[보성군] 5월 보성 축제 다 모였다! (20초)	220
(4)		
유튜브	□전남여행이 궁금하다면? □전라남도 여행 모아보기.ZIP	221
남도	추석맛이 고향여행~ 내 고향 전라남도	222
구석구석	쌈쓰리(SSAK3) 다시 여기 바닷가♫ Cover By 싸그리(농드래곤, 진다	
여행	O, 호롱)♫Ver. 으뜸전남크리에이터♫코로나19·폭우·폭염 싸그리 물러가	223
떠나기	라!!	
(4)	알짜배기 고향여행! 남도한바퀴 타고 가요~	224
유튜브	[전남 축제] 반짝반짝~ 보성차밭빛축제	225
2019	[전남 여행] 전라남도 농업박물관	226
관광영상	[전남 여행] 다산초당 4경	227
가짜단 작품	[전남여행] 전남 농업박물관에서 즐기는 떡갈비체험	228
(4)		

〈표 2〉 성역할 고정관념 및 편견 모니터링 결과 세부 내용

구분	번호	고유번호	내용
경상북도 (25)	1	1	남성과 여성의 역할과 남성다움, 여성다움에 기초하여 남성의 즐거움은 동적 레포츠, 여성의 즐거움은 사진 남기기 등의 정적 활동으로 제시하는 장면이 포함되어, 성별 고정관념을 강하게 반영하고 있음('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견).
	2	3	여승과 여신도들의 사찰음식체험 준비 사진은 템플스테이 음식 체험이 여성들의 몫인 것처럼 나타냄(성역할 고정관념 강화). 여성은 정적인 이미지가 더 많고, 남성은 동적인 이미지가 많음('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견).

구분	번호	고유번호	내용
	3	16	여성 캐릭터는 속눈썹이나 색깔 등으로 표현하고, 남성캐릭터는 강한 이미지 등으로 표현함.
	4	17	"누가 우리집에 CCTV 설치했나?"는 내용은 충분히 이해가 가나 최근 불법촬영 문제가 심각해지고 있는 상황에서 조금 더 신중하게 문구를 사용할 필요가 있음.
	5	31	장보기와 같이 가족돌봄을 위한 소비에서 인물을 여성으로 설정하여 가사, 가족돌봄은 여성의 몫으로 보임(성역할 고정관념 강화). 남녀가 함께 있는 장면에서 상대적으로 남성을 크게 그려져 있어 남성은 강하고 보호하는 존재, 여성은 약하고 보호받는 존재로 인식될 수 있음('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견).
	6	32	여성엔 긴 머리, 치마, 분홍색으로 남성은 짧은 머리, 바지, 파랑색으로 전형적인 남녀색 표현을 사용함(성역할 고정관념 강화). 사진 찍는 커플 표현에서 여자 어깨를 감싸는 모습은 보호의 주체는 남성, 대상은 여성으로 인식됨('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견)
	7	33	고군분 모닝 트레일러에서 사진과 이미지 모두 남성으로 제시. 운동하는 사람을 남성으로 한정할 필요는 없음('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견).
	8	41	사진 속 조형물에서 참외위에 앉은 참외소년, 뽀빠를 하려는 남성과 여성의 경우 여성에 대한 고정된 이미지, 여성과 남성의 관계에 대한 고정관념을 반영하고 있음.
	9	43	참여자가 대부분 여성일 것으로 예상되는 여행 상품인 것은 사실입니다. 또한, 해당 블로그 내용은 작가가 실제로 참여한 경험을 기록하는 것이므로 작가의 그룹에 여성이 많았다면 해당이미지를 사용하는 것이 자연스럽습니다. 하지만 소비=여행=여성인 지나치게 연결되는 것 역시 성별 고정관념의 하나이긴 합니다(성역할 고정관념 강화).
	10	45	여왕딸기의 이미지와 '여왕'이라는 단어가 성역할 고정관념과 여성다움을 반영하고 있음. 이미 설치된 설치물의 문제인데, 이 역시 문제가 되는 설치물을 제외하고 사진을 찍는 것이 적절해 보임(성역할 고정관념 강화).
	11	50	여성의 한 사람만 등장. 여성의 옷은 레이스가 있어 다소 여성스러움을 강조하는 것으로도 보일 수 있으나, 의상에 대한 지나친 관여가 될 수도 있기에 큰 부분이 아닐 수도 있다고 판단.
	12	78	해당 게시물에서는 여성이 한 명 등장하고 있고 꽃길을 홍보할 때 여성이 등장하고 있는데, 해당 게시물 단독으로는 어떤 점검사항이나 문제가 있다고 보기는 어려우나, 전체 게시물에서 꽃과 관련한 게시물에 주로 여성이 등장하고 있다면 이 부분은 고려해야 할 부분임. 여성=꽃이라는 성역할 고정관념 혹은 여성다움에 대한 편견이 전반적인 게시물에 반영되어 있을 수 있기 때문임.
	13	79	꽃길을 홍보할 때 여성만 등장하고, 치마를 입은 여성들이 등장함으로써 치마 입은 여성에 대한 고정관념, 꽃과 여성을 연결시키는 고정관념이 반영됨. 이는 성별 대표성 불균형과도 관련이 있음.
	14	80	경주 월정교 이미지에서 하트를 한 여성의 이미지가 전형적인 여성다움을 반영하고 있음(성역할 고정관념 강화).
	15	82	남자 아이는 만들고 노는 모습인 반면, 여자 아이는 인형을 바라보고 있는 정적인 모습이 나타남(성역할 고정관념 강화), 여자아이의 옷차림과 옷 색깔, 행동 등에서 여성다움에 대한 고정관념이 반영됨('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견).

구분	번호	고유 번호	내용
	16	83	이 게시물에서는 성별 고정관념이 확연히 드러난다고 보기는 어려우나 전체 게시물상에서 성별 고정관념이 반영되어 있을 것으로 보임. 이 게시물의 첫 사진에서 사진을 찍는 남성의 모습은, 다른 게시물에서 주로 여성은 사진이 찍히는 모습으로 나타는 것과 매우 다른 양상으로, 이는 성역할 고정관념이 반영된 결과인 것으로 보임. 따라서 해당 게시물에서 여성의 동적인 모습을 보여주는 것도 고려하는 것과 함께 전체 게시물에서 다양한 여성과 남성의 모습을 보여주는 것이 필요함(성역할 고정관념 강화).
	17	90	남녀가 함께 등장하는 사진에서 남-파랑, 여-빨간색 티셔츠, 시민 참여 사진이 아니라 기획한 촬영 사진이라면 참여자의 의상에 성별 고정관념을 강화하지 않도록 할 필요가 있음(‘여성다움’과 ‘남성다움’에 대한 편견).
	18	97	제목에 ‘가슴 캡 켜고’라는 표현이 나오는데, ‘가슴 캡’은 오해를 불러일으킬 수 있을 뿐 아니라 성인인증이 필요한 용어에 포함되고 있음. 제목에 부적절한 표현은 사용하지 않는 것이 바람직함.
	19	99	남성과 여성의 관계에서 남성은 구애를 하고 여성은 이를 받는 역할이라는 고정관념이 반영됨. 특히 남성=재산, 능력, 여성=외모라는 성역할 고정관념이 반영된 것으로 보임. 또한 여성은 등장인물의 제스처어나 태도가 전형적인 여성다움을 표현하고 있음. “여인을 데리고 쓰다지며 힘이나 빼서 되겠는가”(1:24)라는 자막과 내레이션은 여성과 남성의 불평등한 관계와 고정관념을 반영함. 남성은 여성을 힘들게 해서는 안되고 보호해야 한다는 의미 혹은 ‘능력’있는 남성은 여성을 힘들게 하지 않는다는 의미 등을 내포함.
	20	100	내용에서 바다에서 스포츠를 즐기는 남성들이 두 차례 등장함. 그리고 여성들은 먹거나 보는 것이 주로 등장함(성역할 고정관념 강화).
	21	109	Cf에서 전형적인 여성적 자세로 나타나는 여성이 두 손을 모으는 자세, 두 손을 모은 뒷 모습, 그네를 타고 뒤를 돌아보면서 목덜미가 드러나도록 하는 자세, 머리를 귀 뒤로 넘기는 자세 등이 반복됨(‘여성다움’과 ‘남성다움’에 대한 편견).
	22	111	여성영상이 찍히는 역할, 그리고 남성은 찍고 말하는 역할을 담당함. 성역할 고정관념이 반영되어 있다고 볼 수 있음(성역할 고정관념 강화).
	23	112	버킷리스트를 작성하여 성취하는 것이나, 맛집을 찾아가는 영상들 대다수가 여성들이 등장하는 경향이 큼. 맛집을 찾아가는 것은 모든 여행자들이 하는 행태임에도 카페나 베이커리 등을 찾는 것은 젊은 여성관광객들의 특성으로 생각하는 경향.
	24	115	나이든 남성교수가 역사를 설명하는 것은 전문직에 대한 성역할고정관념이 반영됨. 가야금 명인 역시 마찬가지로(성역할 고정관념 강화), 영상에 가야신화와 관련된 문서가 비추어지는데 그 내용에서 여신의 ‘단아함’ 등 내용에서 여성다움에 대한 편견이 반영됨(‘여성다움’과 ‘남성다움’에 대한 편견).
전라 남도 (18)	1	128	아이들과 함께 하기 좋은 박물관을 소개하는 페이지인데, 아이들과 함께 하는 보호자는 모두 여성의 모습임. 돌봄의 역할을 여성에게 한정하는 성역할 고정관념이 있다고 볼 수 있음(성역할 고정관념 강화).
	2	136	액티비티 이벤트 당첨자 발표 내용 중 당첨자들의 사진 중에서 코스를 소개하는 내용 주에서 오토바이를 타고 있는 부분은 남성으로 표현(성역할 고정관념 강화).
	3	140	등장하는 이미지에서 여성은 사진을 찍히는 역할에 집중됨(성역할 고정관념 강화), 여성의 포즈 등에서 전형적인 여성다움이 나타남(‘여성다움’과 ‘남성다움’에 대한 편견).

구분	번호	고유 번호	내용
	4	145	직장인의 대표적 이미지인 와이셔츠에 넥타이를 매고 있는 남성을 사용하고 있음.
	5	157	등장하는 여성인물의 포즈 등이 전형적인 여성다움, 여성의 신체를 보여주고 있음('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견).
	6	160	아이와 엄마가 함께 나오고 있지만, 아이의 양육은 엄마라는 이미지를 전달.
	7	171	"내가 예뻐? 꽃이 예뻐?" 하는 제목으로 여성이 수줍게 꽃 앞에 서서 자신과 꽃을 비교하는 것처럼 보이도록 사진 구도를 잡았습니다. 여성만 미에 대해서 질문하는 것처럼, 여성 아름다움의 미를 한정적으로 아름다움과 연결하는 방식으로 구성되었습니다('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견). 여성과 꽃을 연결시킨 제목 "내가 예뻐? 꽃이 예뻐"는 여성을 외모와 연결하여 여성다움의 모습을 그려내고 있고 이는 외모지상주의적 묘사와도 관련되며, 여성이 외모와 관련하여 경쟁한다는 고정관념 역시 반영하고 있습니다.
	8	186	여성의 뒷모습, 동물을 안고 있는 모습 등이 전형적인 여성의 모습인 것으로 보임('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견).
	9	187	남성은 아이와 동적인 움직임, 여성은 정적으로 여성다움과 남성다움에 대한 편견이 있어 보임('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견).
	10	198	등장인물은 긴 생머리 여성만 두 번 나옴.
	11	201	긴 생머리를 한 여성 모델의 모습이 여성의 전형적인 이미지로 나오고 있음.
	12	204	여성의 전형적인 긴 생머리 모델의 등장
	13	206	남성은 동적인 모습으로 나타나는 경우가 많고, 여성은 감성적인 부분을 부각하는 경우가 많음. 특히 카메라 시선이 남성을 비출 경우, 동적인 남성의 모습에 초점을 맞추는 반면, 여성은 여성을 대상으로 카메라 시선이 맞춰지는 느낌도 있음. 또 여성은 카메라 밖에 시청자들에게 애교를 나타내는 듯한 표현도 있음('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견).
	14	207	등장하는 여성인물이 전형적인 여성다움의 이미지임. 옷차림이나 포즈와 행동 등이 전형적임('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견).
	15	208	여성 혼자 여행가는 것을 연상하는 것이 다수 차지. 모델은 긴 생머리에 누가 봐도 섭외한 모델 같은 여성이 등장하면서 여행 장소 보다는 여성의 포즈 등에 더 많은 초점이 맞추어지는 경향이 많음.
	16	210	남성은 동적인 모습으로 나타나는 경우가 많고, 여성은 감성적인 부분을 부각하는 경우가 많음. 특히 카메라 시선이 남성을 비출 경우, 동적인 남성의 모습에 초점을 맞추는 반면, 여성은 여성을 대상으로 카메라 시선이 맞춰지는 느낌도 있음. 또 여성은 카메라 밖에 시청자들에게 애교를 나타내는 듯한 표현도 있음('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견).
	17	211	등장하는 여성인물의 옷차림 포즈 등이 여성다움에 대한 전형적인 고정관념이 반영되어 있음('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견).
	18	215	등장인물이 화를 풀기 위해 음식을 먹는 장면이 연출됨. 여성은 화를 먹는 것으로 푼다는 성역할 고정관념을 재생산할 수 있음. 설명하는 내레이션이 남성임. 설명은 남성이 하는 것이라는 고정관념이 반영됨(성역할 고정관념 강화). 첫 장면에서 나타나는 제스처가 전형적인 여성다움의 이미지인 것으로 보임('여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견).

〈표 3〉 성차별적 표현 모니터링 결과 세부 내용

구분	번호	고유 번호	내용
경상북도 (4)	1	28	
	2	95	영상 제목에서 “여신” 등의 전형적인 여성이미지 표현 사용됨(성차별적 언어표현).
	3	99	남성이 여성의 외모에 반해 쫓아가고 재산과 능력으로 매력을 어필하고 있으며, 여성을 희롱하는 느낌이 강하며, 여성은 귀찮으면서도 이를 즐기는 느낌도 표현됨(외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적대상화하는 표현).
	4	101	외국여성의 벗은 뒷태를 따라 계속적으로 관광객들을 홍보하고 있음. 여성의 외모를 지나치게 대상화하고 있음(외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적대상화하는 표현).
전라남도 (8)	1	147	사진의 제목은 풍경에 대한 이야기를 하고 있지만, 사진의 중심은 여성이나 포즈를 취하고 있는 남녀 모델에 맞춰져 있음. 여성들은 대체적으로 긴 생머리를 하고 있으며, 다소 과도해 보이는 복장을 하고 있음. 성상품화, 대상화와 크게 다르지 않음(외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적대상화하는 표현).
	2	151	사진 대부분이 젊은 20대 여성임. 여러 사진 중에서 젊은 여성의 외모가 강조된 사진을 선택한 것에는 여성을 상품화하고 대상화하는 시선이라고 볼 수 있음(외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적대상화하는 표현).
	3	157	등장하는 여성인물의 포즈 등이 전형적인 여성다움, 여성의 신체를 보여주고 있음(‘여성다움’과 ‘남성다움’에 대한 편견).
	4	159	표지가 되는 맨 처음 사진은 남성이고, 뒤에 나오는 인물 포함 사진은 3장 중 3장 모두 여성의 모습임(외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적대상화하는 표현).
	5	160	사진 9장 중 2장을 제외하고 모두 관광객을 배경으로 한 젊은 여성 사진들임(외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적대상화하는 표현). 피크닉을 떠나는 것과 꽃과 연결되는 것에서 여성만이 등장함.
	6	171	“내가 예뻐? 꽃이 예뻐?”라는 제목 하에 여성 단독 사진을 2개 제시함. 친구와 가는 꽃나들이에서 꽃과 여성이 연결되는 방식으로 묘사하여, 여성과 외모지상주의를 연결하고 여성이 서로 외모를 비교하는 경쟁을 한다는 고정관념을 활용하고 있음(외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적대상화하는 표현).
	7	213	진행자가 양귀비 꽃밭에서 양귀비를 언급하면서 과거 미의 기준은 통통해야 함과 동시에 자신이 절세 미녀라고 말하며, 현재의 통통한 몸이 문제가 있다함을 제시함. 특정하게 너무 마른 신체를 정상적인 것으로 가정하는 듯 한 발언임(외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적대상화하는 표현).
	8	217	2018년 대표적인 성상품화 문제로 거론되었던 레이싱걸이 등장함. 불필요한 여성의 몸 이미지가 포함됨.

〈표 4〉 폭력에 대한 왜곡된 시각 모니터링 결과 세부 내용

구분	번호	고유 번호	내용
경상 북도 (1)	1	99	영화의 한 장면을 패러디하기는 했지만 도자기를 빚고 있는 여성의 동의 없이 남성이 어깨에 손을 올리는 장면이 나옴. 동의 없는 스킨십은 문제화되고 있는 현실을 반영하여 폭력의 의미를 확장할 필요가 있음.
전라 남도 (0)	-	-	-

〈표 5〉 가족에 대한 고정관념/편견 모니터링 결과 세부 내용

구분	번호	고유번호	내용
경상북도 (3)	1	13	여성이 아이를 안고 있고, 양쪽에 남성이 보호하는 듯한 이미지임. 남녀노소 모두 비슷한 크기로 표현하고 특히 자녀 양육을 여성이 담당하는 모습으로 나타나지 않도록 해야 함. 또한 모든 국민을 대상으로 한 정책이므로 비장애인과 장애인 모두를 포함하는 방향으로 할 필요가 있음(가족 이미지 특정유형으로 한정).
	2	32	가족에 대한 고정관념은 엄마아빠 아들딸 그리고 갓난아기로 표현, 가족의 중심에는 아버지를 배치함. 기존 4인 중심 표준가족에서는 크게 벗어나지 못함(가족 이미지 특정유형으로 한정). 아버지가 엄마 뒤에서 가족을 보호하는 느낌으로 재현. 남성은 생계부양자로서 가족을 보호하는 것으로 여기게 함(가족 내 역할을 성별에 따라 고정).
	3	83	3번째 사진에 등장한 가족이 아빠, 엄마, 어린이로 구성된 전형적인 가족형태(가족 이미지를 특정유형으로 한정).
전라남도 (8)	1	123	1번째 사진의 로고 이미지가 3인 핵가족의 이미지로 제시되었고, 이후 이 이미지들이 각각 아이 이미지는 아이아 함께, 여성이미지는 부모님과 함께, 남성이미지는 부부와 함께 등의 대표 이미지로 사용됨. 부모님과 함께라는 문구가 들어간다면 대가족 이미지를 활용 할 수 있을 것임. 또한 이미지가 남아라면 사진에 등장하는 어린이가 여아라면 좋을 것 같습니다(가족 이미지를 특정유형 한정), 부모님을 챙기는 사람은 여성으로 설정하여, 돌봄 의무와 관련된 사람을 여성으로 한정하는 의미를 전달함(가족 내 역할을 성별에 따라 고정).
	2	136	액티비티 이벤트 당첨자 발표 내용 중 당첨자들의 사진 중 「가정의 달 추천관광지」의 삽화가 아빠, 엄마, 아이의 전형적인 그림으로 표현(가족 이미지를 특정유형으로 한정).
	3	155	‘가정의 달’ 관광지를 소개하는 메인 페이지에 가정의 이미지를 부모와 자녀 중심으로만 표현하고 있음. 가정의 달이 모든 다양한 가정의 달이 된다는 의미에서 다양한 모습으로 표현하는 것이 바람직할 것임(가족 이미지 특정유형으로 한정).
	4	187	영광과 무안의 남도브릿지와 함께 둘러볼 곳을 소개하는 사진 중에서 한 여성이 바닷가 갯벌에 있는 남성과 아이를 찍는 장면이 있는데, 전형적인 가족 이미지로 비취짐(가족 이미지를 특정유형으로 한정).
	5	205	가족 구성원이 모두 정상가족만 등장함. 전체적으로 가족의 다양성을 보여줄 필요가 있음(가족이미지 특정유형으로 한정).
	6	219	조부모, 부모, 딸, 아들로 구성되어있는 전형적이고 이상적인 가족 형태임. 대표성이나 이미지 문제가 제기될 수 있으므로 다양한 가족의 형태가 등장하는 것이 좋음(가족이미지 특정유형으로 한정).
	7	221	영상에서 잠깐 여아와 어머니로 구성된 가족이 등장함. 어머니만 아이와 등장하는 것은 가족 돌봄의 주체를 어머니로만 두는 것으로 볼 수 있음(가족 내 역할을 성별에 따라 고정).
	8	222	대부분의 영상에서 아버지, 어머니, 어린 자녀 등으로 가족을 표현하며, 특히 이미지 크기나 배치에서도 아버지가 크고 앞에 있으며, 어머니가 뒤에 있고 아버지보다 작은 모습으로 그려지는 경우가 많음(가족 이미지 특정유형으로 한정).

〈표 6〉 성별 대표성 불균형 모니터링 결과 세부 내용

구분	번호	고유 번호	내용
경상 북도 (17)	1	10	사업 기획 자체가 여성 연사를 남성 연사보다 적게 초청한 사례임. 관련 전문가 초청 행사를 할 시에는 항상 성별 균형을 고려해야 할 필요가 있음.(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	2	31	남녀 4명의 이미지가 등장하고 있으나. '여남남여' 순으로 그려져 있어, 남성이 중심으로 보여질 수 있음.
	3	36	제목에서 '옛보기' 등은 최근 불법 촬영 등의 문제 등을 생각해볼 때, 공공에서 용어를 사용하는 것에 대해 재고의 여지가 있음. 또한 보부상 문화 체험존을 설명하는 그림에서 남성 보부상의 모습만 나타나고 있어 여성들의 모습도 함께 표현되었으면 함(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	4	37	치마를 입고 머리가 긴 여성만 등장(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	5	45	남성만 등장하고 있는데, 여성도 참여하는 이미지를 활용할 필요가 있음(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	6	48	실제 기사를 작성한 기자단은 여성 기자인데, sns 기자단을 대표하는 이미지는 넥타이를 한 남성 기자로 대표되어 있음. 기자단의 이미지를 여성과 남성 모두 포함하는 형태로 수정이 필요함(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	7	58	마을 자체의 옥외 홍보 전시물 등이 남성 고등학생 중심으로 구성된 것으로 보임(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	8	62	그림의 일부처럼 정적 상태로 묘사된 여성 단독 사진이 다수임(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	9	63	배경의 일부처럼 정적 상태로 묘사된 여성 단독사진이 다수인 것은 조정이 필요함. 다양한 형태의 여행자를 보여줄 필요가 있음(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	10	64	농촌체험에서 남성들만 등장하고 있어 성별불균형함. 농촌 체험에서 남녀노소 다양한 사람들이 체험하는 모습 등을 보여주는 것이 필요함(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	11	71	경북 여행을 대표하는 이미지에서 여성의 정적인 이미지와 여성다움을 통해 여행지를 홍보하고 있다고 여겨짐. 등장인물의 성비 균형 필요(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	12	72	여행이 주제인데 여성의 정적인 이미지와 여성다움을 통해 여행지를 홍보하고 있다고 여겨짐. 최근 젊은 여성들이 매우 활동적으로 변하고 있는데, 이처럼 다양하고 더 활동적인 여성의 모습으로 표현되는 것이 적절할 것임.
	13	78	여성만 등장. 성역할 고정관념과 연결됨. 제목도 "지금 청도는 핑쿠핑쿠해"로 설정하여 벚꽃여행지를 가늠시키고 예쁜 여성성으로 이미지화(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	14	79	경북의 벚꽃 명소를 소개하는 7개의 사진 중 4개에서 젊은 여성 단독사진만 게재. 성역할 고정관념과 연결됨(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).

구분	번호	고유 번호	내용
	15	96	내레이션 목소리가 남성 단독으로 제시되어 있습니다. 내레이션 목소리의 성별 연령대 다양성을 고려해야함.(특정 성별 연령에 치우쳐 있거나 배제).
	16	108	남녀 혼성으로 등장할 때 대체로 남성이 중심 역할. 즉 프론트맨의 역할이 남성에게 고정되어 있는 것으로 보임(특정 성별 연령에 치우쳐 있거나 배제).
	17	115	내레이션도 남성이고, 역사를 설명하는 교수, 스님, 가야금 명인, 대장장이 모두 남성으로, 남성이 등장인물의 절대다수임. 여성 인터뷰어가 전혀 없음(특정 성별 연령에 치우쳐 있거나 배제).
전라 남도 (22)	1	127	남녀노소 걷기 좋은 길을 홍보하는 페이스북임. 그러나 인트로 메인 페이지에 남성으로 보이는 이미지가 대표되고 있고, 다음 페이지에는 어린 아이와 여성이 있는 모습이 보임. 메인 페이지에 다양한 시민들의 모습과 성비 균형이 필요함(특정 성별 연령에 치우쳐 있거나 배제).
	2	131	지적재조사를 설명하는 영상임. 중간에 등장한 주민설명회 안내 사진에서 대부분 남성 주민만 참석한 모습을 볼 수 있음. 남성이 주민을 대표하지 않도록 사진사용에도 주의 할 필요가 있음(특정 성별 연령에 치우쳐 있거나 배제).
	3	140	등장인물이 여성만 등장하는데, 전형적인 여성의 이미지인 것이 문제임(특정 성별 연령에 치우쳐 있거나 배제).
	4	148	단독으로 등장한 여성의 뒷모습이 촬영 된 사진을 사용함.(특정 성별 연령에 치우쳐 있거나 배제).
	5	160	아이와 엄마가 등장하는 것이 일반적일 수도 있지만, 아이와 아빠가 같이 등장하는 영상들도 필요해 보임.
	6	164	전반적으로 등장인물이 남성들이 상황으로, 타종하는 사진의 경우라도 여성이 참여하는 사진이 포함되는 것이 좋을 것으로 보임(특정 성별 연령에 치우쳐 있거나 배제).
	7	166	등장인물이 여성만 등장하는데, 전형적인 여성의 이미지인 것이 문제임(특정 성별 연령에 치우쳐 있거나 배제).
	8	169	여성 소비자를 고려해도 여성 단독 사진이 너무 많음. 특히 여성을 풍경의 일부처럼 묘사하는 것은 문제라고 생각됨. 여성의 어깨를 노출하는 것은 성적 대상화라고까지 할 수는 없겠으나 여성이 여행을 즐기는 주체가 아니라 사진의 대상처럼 보이게 함(특정 성별 연령에 치우쳐 있거나 배제).
	9	171	“꽃이 예뻐? 내가 예뻐?”라는 제목으로 여성의 모습 혼자 제시되는 사진은 여성의 외모와 꽃을 연결하여 제시하며, 여성만 꽃여행과 관련하여 표현하고 있음(특정 성별 연령에 치우쳐 있거나 배제).
	10	175	흔히 남아가 좋아하는 동물로 여겨지는 동물 사진과 남아만을 배치함. 청년 여성 혼자 찍힌 사진 제시함. 여성 단독 사진을 제시하고 이를 부부여행 사진으로 제시하는 것은 적절하지 않음(특정 성별 연령에 치우쳐 있거나 배제).

구분	번호	고유 번호	내용
	11	198	등장인물은 대부분 여성임. 홍보에서 20대 여성이 과다 대표되는 경향이 있음(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	12	201	여성들의 비중 높음. 홍보에서 20대 여성이 과다 대표되는 경향이 있음(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	13	202	여성의 얼굴을 일부러 보여주지 않으나, 여러 사진에서 여자만 등장함. 치유공간에 대한 이미지로 여성만이 등장할 필요는 없어 보임.
	14	203	여러 장의 사진에서 여성만 등장하고 모두 등산하는 사진임. 여성의 나홀로 여행이 가능하다는 것을 의미하는 것일 수도 있지만 비중이 너무 높음. 특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	15	204	인물 포함한 사진 3장 모두 젊은 여성 사진임. 실제 조사와는 다르게 2-30대 젊은 여성들이 여행산업의 중심으로 인식할 수 있음(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	16	207	영상에서 지속적으로 치마를 입고 곱게 화장한 젊은 여성들이 등장하고 있음(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	17	208	여행지 소개인데 스토리의 주인공이 젊은 여성임. 콘텐츠의 타겟집단을 고려하여 콘텐츠를 기획하기보다, 관광지 소개하는 사람은 대체로 여성임(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	18	209	몇몇 부분에서 배경 자연을 보여주는 것이 아니라 여성의 모습만 부각하여 패닝하고 있음. 관광 상품과 직접 연계되는 것도 아닌 여성 이미지를 부각하는 카메라 워킹으로 생각 됨.
	19	211	여성만 등장함. 관광지보다 인물에 초점이 맞춰진 느낌임. 여행=여성이라는 편견을 낳을 수 있음. 다양한 인물의 등장이 필요해보임(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	20	212	여행지 소개인데 스토리의 주인공은 젊은 여성이고 관광지를 소개하는 사람도 여성임.(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	21	215	전반적으로 등장인물들이 여성인 것으로 나타남. 여성이 홍보의 주인공이 되는 것은 여성=여행, 먹는 사람, 쉬는 사람이라는 이미지를 재생산할 수 있음. 다양한 인물이 등장하는 것이 필요함. 제목의 '남도먹깨비' 자체가 모두 여성을 대상화한 것으로 보임. 이에 대한 수정이 필요함(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).
	22	216	여행지 소개인데 스토리의 주인공이 젊은 여성이고, 여성 2명이 등장하여 지역 맛집 탐방 콘텐츠 제시하고 있음.(특정 성별·연령에 치우쳐 있거나 배제).

I 성역할 고정관념 및 편견 대표적인 예시

성역할 고정관념을 강화,
'여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견

남성의 즐거움은 동적 레포츠,
여성의 즐거움은 사진 남기기 등의 정적 활동

여성은 풍경 관람이나 정적인 이미지,
남성은 동적인 이미지

혼자 하는 여행을 홍보하는 영상
여성은 높은 굽의 신발과 치마
남성은 배낭과 운동화 등 가벼운 복장

여성 캐릭터는 속눈썹이나 색깔 등 표현,
남성캐릭터는 강한 이미지 등 표현

II 성차별적 표현/비하/외모지상주의 대표적인 예시

성 차별적 표현/비하/외모 지상주의

유튜브	레이싱 걸의 직업상 책무가 시각적 대상
유튜브	외국여성의 벗은 뒷태를 따라 계속적으로 관광지들을 홍보하고 있음. 여성의 외모를 지나치게 대상화하고 있음(외모지상주의, 외모차별·희화화 혹은 신체를 부각해 성적대상화하는 표현).
유튜브	1명의 여성을 4명의 남성이 에워싸고 아가씨를 희롱하는 느낌+ 남성이 여성의 외모에 반해 쫓아가고 재산과 능력으로 매력을 어필하는 등 외모지상주의
인스타그램	“꽃이 예뻐? 내가 예뻐?” 외모지상주의, 외모차별·희화화

III 폭력에 대한 왜곡된 시각 대표 예시

		이미지 내용
① 범죄의 가해자와 피해자 특성을 특정 성별로 구분하여 표현하는가?	유튜브	제목에 '가슴 캬 켜고'라는 표현이 나오는데, '가슴 캬'은 오해를 불러일으킬 수 있을 뿐 아니라 성인인증이 필요한 용어에 포함되고 있음. 제목에 부적절한 표현은 사용하지 않는 것이 바람직함.
② 부부, 연인, 친구 등 가까운 사이의 폭력을 개인 간의 문제 혹은 사소한 문제라고 가정하고 있는가?	페이스북	"누가 우리집에 cctv 설치했나?"는 내용은 충분히 이해가 가나 최근 불법촬영 문제가 심각해지고 있는 상황에서 조금 더 신중하게 문구를 사용할 필요가 있음.
③ 범죄의 원인을 피해자에게 돌리는 내용을 담고 있는가?	유튜브	영화의 한 장면을 패러디하기는 했지만 도자기를 빗고 있는 여성의 동의 없이 남성이 어깨에 손을 올리는 장면이 내용. 동의 없는 스킨십은 문제화되고 있는 현실을 반영하여 폭력의 의미를 확장할 필요가 있음.

IV 가족에 대한 고정관념/편견 대표 예시

가족에 대한 고정관념	이미지 내용
① 가족 이미지를 특정유형으로만 한정하고 있는가?	블로그 '가정의 달' 관광지를 소개하는 메인 페이지에 가정의 이미지를 부모와 자녀 중심으로만 표현하고 있음. 가정의 달이 모든 다양한 가정의 달이 된다는 의미에서 다양한 모습으로 표현하는 것이 바람직할 것임.
	유튜브 추석을 맞이하여 고향 방문을 설명하는 영상에서 부모와 자녀로 이루어진 가족의 모습이 반복적으로 등장함. 또한 대부분의 영상에서 아버지, 어머니, 어린 자녀 등으로 가족을 표현하며, 특히 이미지 크기나 배치에서도 아버지가 크고 앞에 있고 어머니가 뒤에 있으며 아버지 보다 작은 모습으로 그려지는 경우가 많음.
② 가족 내 역할을 성별에 따라 고정하고 있는가?	페이스북 그림 속의 등장인물에서 여성이 아이를 안고 있고, 양쪽에 남성이 보호하는 듯한 이미지임. 남녀노소 모두 비슷한 크기로 표현하고 특히 자녀 양육을 여성이 담당하는 모습으로 나타나지 않도록 함. 또한 모든 국민을 대상으로 한 정책이므로 비장애인과 장애인 모두를 포함하는 방향으로 할 필요가 있음.

V 성별 대표성 불균형 대표 예시

가족에 대한 고정관념	이미지 내용
① 특정 성별연령에 치우쳐 있거나 배제하고 있는가	블로그 조선 보부상 옛보기! 예천 삼강 주막 제목에서 '옛보기' 등은 최근 불법 촬영 등의 문제 등을 생각해볼 때, 공공에서 용어를 사용하는 것에 대해 재고의 여지가 있음. 또한 보부상 문화 체험존을 설명하는 그림에서 남성 보부상의 모습만 나타나고 있어 여성들의 모습도 함께 표현되었으면 함.
	블로그 실제 기사를 작성한 기자단은 여성 기자인데, sns 기자단을 대표하 는 이미지는 넥타이를 한 남성 기자로 대표되어 있음. 기자단의 이미 지를 여성과 남성 모두 포함하는 형태로 수정이 필요함.
	페이스북 나의 경북여행 이야기 경북 여행을 대표하는 이미지에서 등장인물의 성비 균형 필요.

2. 지방자치단체 담당자 의견조사

지방자치단체 담당자 의견조사는 지역관광 콘텐츠 제작과정에 대한 문제의식을 공유하고 바람직한 대안을 모색해보고 하는 취지로 진행되었다.

본 조사는 전국의 광역지방자치단체에서 지역관광 콘텐츠사업을 담당하고 있는 공무원을 대상으로 우선연락 및 담당자 대면 인터뷰를 통하여 진행하였다.

본 연구에서 담당자 의견조사를 위한 주요 내용은 크게 3가지 분야로 구분하였다.

첫째는, 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠사업 성인지 예산대상사업 유무, 성인지 인지 개선 및 교육 유무, 지역관광 콘텐츠 점검 유무 등 살펴봄으로써, 지방자치단체에서 지역관광 콘텐츠 사업을 추진함에 있어 공무원들의 인식과 함께 제도적으로 양성평등 관점에서 점검이 가능한지에 대한 정책 환경을 보고자 하였다. 둘째, 지역관광 콘텐츠 제작 사업을 추진함에 있어 제작 단계별로 양성평등 관점의 점검이 어떻게 이루어지는지 실태와 방식 등을 확인하고자 하였다. 셋째는 지역관광콘텐츠 제작 사업을 추진함에 있어 양성평등 관점의 접근과 점검을 위해 요구되는 사항에 대해 조사하였다.

〈표 7〉 조사 개요

구분	주요 내용
조사 표본	전국 17개 광역지자체 관광홍보물 담당공무원
조사 기간	2021년 5월 10일~ 2021년 6월1일
조사 내용	지역관광 콘텐츠사업 성인지 예산대상사업 유무, 성인지 인지 개선 및 교육 유무, 지역관광 콘텐츠 점검 유무, 양성평등 관점의 접근과 점검을 위해 요구되는 사항 등
조사 도구	비구조화된 분석지
조사 방법	전화 인터뷰 및 대면 인터뷰
조사자	연구자

조사결과는 다음 표와 같다. 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠사업 성인지 예산대상사업, 성인지 인지 개선 및 교육, 지역관광 콘텐츠 점검 유무 등 지역관광 콘텐츠 점검 관련 제도를 살펴본 결과 지역관광 콘텐츠 대상으로 추진하기보다는 광역지방자치단체의 여성정책과에서 사업부서 별로 성별영향평가를 통해 점검 받고 있거나 자가점검에 그치고 있다.

지역관광 콘텐츠 제작 사업을 추진함에 있어 제작 단계별로 양성평등 관점의 점검이 어떻게 이루어지는지 실태와 방식 등을 확인하였다. 대부분의 지방자치단체에서는 정부 지침에 의거하여 자체 점검을 실시하고 있고, 대행사에서 제작 시 과업진행시 콘텐츠 협의하는 수준이다. 또한, 정책홍보주간에 분기별로 점검결과를 여성정책과에 제출하는 수준에 그치고 있다. 다만, 서울시의 경우 홍보물, 영상물 및 간행물심의위원회 통해 사전심의의 의무화하고 있다. 전북의 경우 외부 위탁 제작 시 기획, 디자인 회의 통해 검수를 받도록 조치하고 있다. 충북의 경우 일부 사업부서에 한하여 콘텐츠 제작 이전 도 여성정책과 성별영향분석 통해 검토 받고 있다.

양성평등 관점 적용 확대를 위한 제도 개선 의견은 자체 점검이 대부분이라, 사업담당자가 점검표에 직접 입력해야하기 때문에 의지가 중요하고, 교육 등을 통해 정확한 점검과 인식개선이 중요하다고 하였다. 또한 관광에 대한 정보 제공은 관광자원과 관광공간에 대해 내용으로 구성되어 있기 때문에 1차적으로 특별히 성인지 저해 요소가 발견할 가능성이 높지 않으나, 2차 가공할 때 디자인 삽화 등 담당자들이 성인지 관점에서 제대로 파악하지 않으면 성인지 논란이 발생할 우려가 있다고 하였다. 이러한 우려를 해소하고 전문가 협조를 구하는 형태로 지방자치단체 사업부서가 공보관실 통해 점검 문의를 하거나 외부 모니터링을 받아 객관적인 점검이 가능하도록 하는 것이 중요하다. 또한 기존 제작되어 유통되고 있는 지역관광 콘텐츠에 대해 후차적으로 논란이 생겨 수정사항 발생 시 모니터링 하고 시정 조치가 필요하다. 근본적으로 지역관광 콘텐츠 생산량이 무한정이라 전문 인력, 예산, 시간 등 추가 확보가 되지 않으면 성인지 감수성 점검이 실질적으로 추진하는데 어려움이 발생하고 있다.

〈표 8〉 지방자치단체 담당자 의견조사 결과

광역지방자치단체	지역관광 콘텐츠 점검 관련 제도			지역관광 콘텐츠 실태	지역관광 콘텐츠 개선
	성인지 예산대 상사업 유무	인식개선 및 교육	지역관광 콘텐츠 점검 유무	제작 단계별로 양성평등 관점 적용 방식	양성평등 관점 적용 확대를 위한 제도 개선 의견
서울	○	○	○	사전 심의 의무	-
부산	×	×	○	정부지침 자가점검	사업담당자가 점검표에 직접 입력해야하기 때문에 의지가 중요, 교육 등 인식개선

광역지방 자치단체	지역관광 콘텐츠 점검 관련 제도			지역관광 콘텐츠 실태	지역관광 콘텐츠 개선
	성인지 예산대 상사업 유무	인식개선 및 교육	지역관광 콘텐 츠 점검 유무	제작 단계별로 양성평등 관점 적용 방식	양성평등 관점 적용 확대를 위한 제도 개선 의견
대구	×	×	×	정부지침 자가점검	-
인천	×	×	×	정부지침 자가점검	-
광주	×	×	×	정부지침 자가점검	-
대전	×	×	×	정부지침 자가점검	-
울산	×	×	×	정부지침 자가점검	-
세종	×	×	×	정부지침 자가점검	-
경기	×	×	○	정부지침 자가점검	-
강원	×	×		정부지침 자가점검	관광은 아이템, 공간 등으로 구성되어 1차 적으로 성인지 요소 없음 • 2차 가공할 때 디자 인 삽화 신경쓰지 않으면 성인지 논란
충북	×	×	×	정부지침 자가점검	지방자치단체 사업부서 전체가 공보관실 통해 점검 문의 필요
충남	×	×	×	정부지침 자가점검	-
경북	×	×	×	정부지침 자가점검	-
경남	×	×	×	정부지침 자가점검	기존 제작된 지역관광콘텐츠 수정사항 발생시 모니터링 필요
전북	×	×	×	정부지침 자가점검	-
전남	×	×	○	대행사에서 제작시 과업진행시 콘텐츠 협의	-
제주	○	○	○	사전 심의	콘텐츠 생산량이 무한 정이라 근본적으로 성 인지 감수성 점검 어 려움(인력, 예산, 시간 소요)

3. 일본의 지방자치단체 관광홍보물 개선 사례

가. 미에현(三重県) 시마시(志摩市)의 관광 PR 캐릭터 '아오시마 메구(碧志摩メグ)'

미에현 시마시는 지역관광 홍보를 위해 '17세의 해녀'라는 설정의 공인 캐릭터를 고안했으나, 시민의 반대로 공인을 취소하였다. 2014년 11월 1일, 해녀를 모티브로 한 캐릭터 디자인이 공개되었다. 해녀어업은 비교적 남성보다 오래 숨을 멈출 수 있고 추위로부터 몸을 보호하는 피하지방이 많은 여성들에 의해 수천 년 동안 이어져 내려온 직업이지만, 그 수는 크게 감소하고 있다. 1956년 전국에서 1만 7,000명이었으나 2010년에는 전국에서 2,000여명으로¹⁴⁾, 해녀어업이 끊긴 지역도 다수 발생하였다. 그 가운데 미에현의 시마반도(志摩半島)에는 전국의 절반가량인 1,000여 명이 해녀로 종사하고 있다. 이러한 지역의 전통산업과 '쿨 재팬(Cool Japan)'으로 국책이 되어 있는 일본의 "씩뜨기 (모에: 萌え)"¹⁵⁾ 문화를 통해 시마시의 관광PR, 해녀문화PR, 지역 사랑으로 연결할 수 있도록 공인 해녀 캐릭터를 작성¹⁶⁾하고 시마시 공식 사이트에서 이름을 공모하기도 하였다. 약 2,000건의 응모 중에서 캐릭터 제작사와 시마시 관광전략실이 공동으로 2014년 12월 9일 '아오시마 메구(碧志摩メグ)'를 선발 및 발표하였다. 그 후, 12월 10일 아오시마 메구의 공식 사이트가 공개되고, '17세, 키 158센치, 체중 46킬로, 장래의 꿈은 일본 최고의 해녀이지만, 실은 아직 별로 잠수할 수 없다' 등의 프로필이 설정되기도 하였다.

그러나, 캐릭터 공개와 함께 이에 대한 반대의견이 발생하기 시작하였다. 현역 해녀를 포함한 일부 시민들은 캐릭터의 묘사가 '성적이고 여성 멸시적'이기에, 시 대표 공인 캐릭터로서의 철회와 시내에 게시된 포스터 및 패널의 철거, 캐릭터 사용 이벤트 등의 취소를 요구하면서 309명의 지역주민 서명을 시의회에 제출하였다.¹⁷⁾ 당시 시마시는 이 세시마 서밋(伊勢志摩サミット)이라는 중요 국제행사가 이듬해에 개최될 예정이기에 지역 시민들의 반대활동은 TV와 신문에서 더욱 주목받으면서 보도되기도 하였다. 서명사

14) 石原義剛(2014)全国海女の变迁と現在,日本水産学会誌80(2),259

15) 어떤 인물이나 사물에 대하여 깊이 마음에 품는 모양을 일컬음(그 대상은 실재(實在)하는 것만이 아니라, 애니메이션의 캐릭터 등 공상적인 것에도 이름. 주로, 젊은 층에서 쓰는 말) 필자

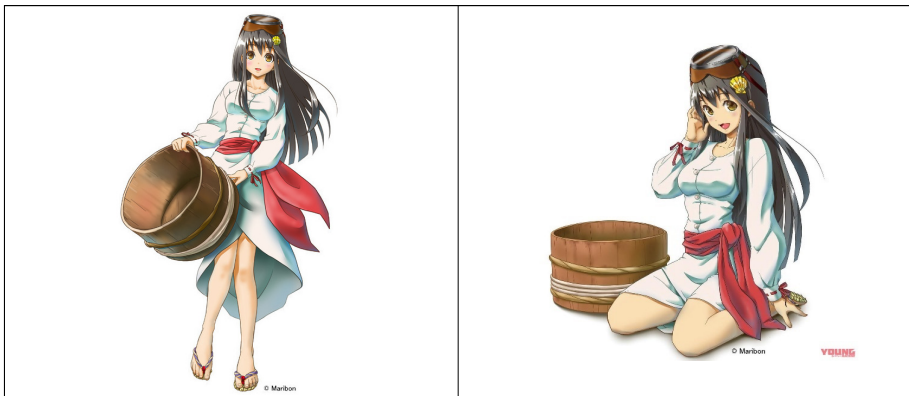
16) https://web.archive.org/web/20141221093244/https://www.city.shima.mie.jp/topics/moe_chara/ 志摩市公式サイト(アーカイブ)

17) 中日新聞(2015년 8월 13일) <http://www.chunichi.co.jp/s/article/2015081390143152.html>

이트 'change.org'에서는 페미니스트 사회파 그룹 '내일소녀대'가 미에현 시마시 공인 짝뜨기 캐릭터 "아오시마 메구"의 공인철회를 촉구하는 서명운동을 전개하고7,814명의 동참서명을 시마시청에 제출하였다18).

한편, 비판에 대한 반대 의견도 존재했는데 당사자인 해녀 사이에서도 찬반양론과 시 공인의 유지와 홍보활동을 요구하는 시민들의 의견도 있었다. 시는 당초 '아무 문제가 없어서 시 공인을 철회할 생각이 없다' '당장 공인을 철회하는 것이 아니라 지적된 부분을 디자인 변경하겠다'19)하며 계속 홍보에 활용할 것으로 밝혔으나, 11월5일 공인 철회를 최종 결정했다고 밝혔다. 시는 철회의 이유를 '캐릭터 제작자의 제의를 받아 공인을 취소했다'고 밝히면서20), 아오시마 메구는 비공인 캐릭터로서 지역 활성화에 활용하는 것으로 최종적으로 마무리되었다. 아오시마 메구 캐릭터는 비공인이 된 후에도 캐릭터 사이트가 운영되고, 지역의 상품 판매나 이벤트 등에 참여하는 등 지속적인 인기를 받고 있다.

[그림 1] 시마시의 아오시아 메구 캐릭터



자료: <https://www.ama-megu.com/>

18) <http://chng.it/QyGVwV5zjY>

19) しまし議会だより第44号(2015年11月15日)P.25

20) 産経新聞(2015年11月5日)<https://www.sankei.com/article/20151105-R7BBAN4AUNOVDDAFASEFQ5RCEY/>

나. 미야기현(宮城県)의 관광 캠페인 PR동영상

미야기현은 2017년 여름 관광 촉진 캠페인에서 PR동영상을 만들었지만, 캠페인 기간 종료 전에 영상 공개를 중지하는 사태가 벌어졌다. PR영상은 미야기현과 센다이시(仙台市), JR동일본(東日本)등으로 구성되는 센다이·미야기 관광추진캠페인협의회가 2017년 7월부터 9월에 걸쳐 전개하는 ‘센다이·미야기 “다테나여행 伊達な旅” 여름 캠페인 2017’의 홍보를 목적으로 센다이시의 프로모션·CM 제작 회사에 의뢰한 것이다. 제작비는 2,300만엔으로 동일본 대지진(東日本大震災)으로 피해를 입은 동북지방 연안부에 관광객을 유치하기 위한 부흥예산 ‘해안부 관광정보 등 발신사업비’ 1억 엔에서 지출되었다.

4월에 출연 탤런트의 채용이 결정되어, 5~6월중에 기획이나 동영상 촬영 등이 행해졌다. 동영상이 완성된 6월 하순에 여직원을 포함한 관광과의 직원이 확인했지만, 수정 등의 의견은 나오지 않았다²¹⁾. 최종적으로 미야기현 지사가 내용을 확인한 후, 7월 5일에 공개가 되었다. 공개 당일 도쿄에서 개최된 제작발표 기자회견에서는 미야기현 지사가 영상 스토리에 등장하는 복장으로 여성 탤런트와 등장해 미야기의 관광을 홍보하기도 하였다.

그러나, YOUTUBE를 통해 동영상이 공개된 후 영상 내의 성적인 표현들이 반복되고 있다는 비판과 문의가 쏟아졌다. 동영상의 내용은 지역의 특산품인 즌다(ずんだ:녹두)나 우설(牛タン) 등을 소개하면서, 여성이 미야기현의 PR캐릭터 ‘무스비마루(むすび丸)’와 함께 시원함을 찾아 미야기를 여행한다는 것이었으나, 성적 매력이 강한 이미지로 알려진 여성 탤런트를 기용하고, 영상 내에서 여성 탤런트의 입술을 여러 번 클로즈업하거나, 남성 캐릭터가 여성을 보고 코피를 흘리는 모습, 특산품을 소개하는 대사가 ‘육즙 흠뻑’ ‘볼록하게 부풀었다’ ‘육심쟁이시네요’ ‘위에 올라가도 될까요’ ‘눈 깜짝할 순간에 가벼려’라는 매우 성적인 이미지를 연상시키는 대사들과 구성이 된 것이다.

이 영상의 문제점에 대해 문예 평론가는 ²²⁾ 첫째, 이 영상이 ‘전분(殿方)이라는 말을 사용하는 것으로, 이러한 표현에 반응하는 에로 영감(エロおやじ)을 타겟으로 하고 있다는 것, 둘째, 여성을 성적인 서비스를 하는 역할로 보고 있다는 것, 셋째, 남성들은 모두 에로를 좋아한다고 상정한다는 점에서 남성 차별적이기도 하다는 것²³⁾으로 문제를 지적

21) 産経新聞(2017年7月24日)<https://www.sankei.com/article/20170724-NRMTGCQP4RMQRPEBBRSHH6YSVQ/3/>

22) 市川孝一(2018) 社会問題化した広告表現—炎上CMから見えてくるもの—文芸研究(134),51-75

하기도 하였다.

이러한 반응에 대해 미야기현 지사는 정례 기자회견에서 ‘가도 없고 불가도 없고, 이러한 것은 관심을 받지 못한다. 사람들이 안 보면 의미가 없다. 리스크를 지더라도 사람들의 주목을 받는 것을 생각했다’고 말하며 부정적인 의견도 예상했다는 인식을 나타내며 ‘찬반양론이 있었던 것이 오히려 성공으로 이어지고 있는 것이 아닐까’라고 응대하였다. 이에 대해 샌다이시 시장(※여성 시장)은, 18일 정례회견에서 ‘남녀공동참획의 관점에서 배려가 부족하다. 여자들이 보기엔 순순히 받아들여지지 않는다.’ 라는 비판의 목소리를 내기도 하였다²⁴⁾.

신일본부인 모임(新日本婦人の会) 미야기현 본부는 복수의 여성 단체나 변호사들의 서명(약 330명)이 들어간 영상 중지 요청문을 현청에 제출했다. 또한, 시민당(社民党) 샌다이시의회의 의원단은 18일 지사에게 영상의 중지를 요구하도록 시장 앞으로 요청서를 제출하였으며, 현의회의 민진당(民進党)과 공산당(共産党)의 현의원도 지사 앞으로 즉시 정지의 의견서를 제출하기도 하였다.

이러한 반응에 대해 부지사는 남녀공동참획조례 등에 따라서 문제가 없다는 인식을 표시하고 영상 중지의 생각은 없다고 밝힌 후 ‘관광PR에는 다른 현과의 차별화가 필요하기 때문에 상황을 지켜보겠다’는 의사를 밝혔으나, 그 후 지사가 ‘귀중한 세금을 써서 제작한 이상 목적을 달성할 때까지는 공개해야 할 것이라고 생각했지만 이제 어느 정도의 목적은 달성했다’하며 ‘비판 의견에 대한 배려도 필요하다고 판단했다’고 밝히면서, 여성 텔런트를 초대한 관련 이벤트가 개최되는 8월26일에 영상의 공개를 종료한다고 발표하였다.

전국적으로 화제가 된 이 영상에 대한 약 480건의 전화 및 메일 등의 시민들의 의견 중 비판적 의견이 80%를 차지하였다. 영상 조회수는 10일의 정례 기자회견 시점에 36만회였으나 영상이 화제가 되어 주목받으면서 단숨에 상승했다. 지사가 공개의 정지를 발표한 21일에는 약 325만회, 발표를 받아 정지되기 전에 보자는 시청자들에 의해 25일에는 450만회를 돌파했다. 또, 이 영상과 관련해, 과거에 제작된 미야기현을 소개하는 영상들의 재생수도 약 50배 늘어났다고 한다.²⁵⁾

23) 東京新聞(2017年7月19日)「本音のコラム」

24) 産経新聞(2017年7月24日)<https://www.sankei.com/article/20170724-NRMTGCQP4RMQRPEBBRSHH6YSVQ/3/>

25) AERAdot(2017年8月25日) <https://dot.asahi.com/dot/2017082500079.html?page=1>

다. 기후현(岐阜県) 미노카모시(美濃加茂市)의 '농림(のうりん)' 포스터

기후현 미노카모시의 관광협회가 제작한 광고 포스터는 여성 캐릭터의 가슴을 강조한 그림으로 묘사되어 시민들의 많은 비판을 받고 결국 철거/수정하는 사례가 되었다.

'농림'은 2011년에 간행된 농업에 청춘을 거는 고교생들의 일상을 그린 작품으로, 내용은 개그나 패러디가 중심이지만 현대 일본의 농업의 문제점도 다루고 있다. 2014년에는 TV애니메이션으로 만들어져 인기를 얻기도 하였다. 이 작품의 모델이 미노카모시의 현립 가모농림고등학교였던 것을 계기로 2013년부터 미노카모시와 '농림'의 교류가 시작되었다. 미노카모시는 도쿄에서 개최된 애니메이션화 기념행사에 참여했으며, 2013년 12월 13일에는 미노카모시 오타마을의 평생학습센터에서 시민들에게 애니메이션 첫회가 선행 상영되었다. 미노카모시의 관광 안내소에 '농림' 코너를 개설해 '농림'의 배경무대를 돌아보는 관광지도를 작성·배포하고, 지역에서의 현열 캠페인 기념품에 캐릭터를 사용하였으며, 지역 프로축구팀 FC 기후와의 콜라보 이벤트를 개최하는 등, 지역부흥의 일환으로서 콜라보를 전개해 왔다. 애니메이션 방영이 종료한 후도 지속적인 콜라보 기획을 개최하고 있다. 이에 2015년 8월 미노카모시 직원들도 '자치체로서는 좋은 관계를 계속해 가고 싶다. 저희도 원작에 좋은 영향을 미칠 수 있으면 좋겠다. 시장도 페이스북에 "농림"에 대해서 발신하고 있어 협력 관계가 잘 구축되어 있다고 생각한다.'고 했다(26).

2015년에 문제가 된 콜라보 기획 '미노카모 전체의 스탬프 랠리(みのかもまるっとスタンプラリー)'라는 이벤트는 시내 음식점 등 대상 점포를 방문해 스탬프를 모으면 경품을 받는 것으로, 미노카모시 관광협회 주최로 2014년에 2회 개최하였다. 제1회부터 광고 포스터에는 '농림' 캐릭터가 사용되어 왔으나, 비판을 받은 것은 2014년 11월 7일부터 2015년 1월 31일까지 기획된 제3회 포스터이다. 포스터에 사용된 이미지는 여성의 가슴이 너무 강조되고 있다고 하는 것으로, '큰 가슴을 지나치게 강조한다' '표정이 야하다' 등의 비판이 11월 28일경부터 SNS상에 올라오기 시작했다.

비판의 대상이 된 이미지는 관광협회가 과거 현열 캠페인에 사용되기도 했던 디자인이었다. 당시 적십자 혈액센터에서 캐릭터 사용 시 사전에 여직원들의 의견을 수렴하고 내부적으로 신중히 검토한 뒤 사용을 결정했고, 공개 후에도 별다른 비판이 나오지 않았

26) エキサイトニュース(2015년12월1일) <https://www.excite.co.jp/news/article/E1448932351189/?p=6>

다. 관광협회에서는 ‘농림의 배경이기에 국내외 관광객이 있어 관광유치의 하나로 활용하고 있다. 스탬프 랠리 참가자들은 주로 ‘농림’의 팬이며 일반인을 전제로 하는 것이 아니며, 기존의 애니메이션을 사용한 것이며, 관광협회에서 캐릭터를 만들거나 강조하거나 한 것은 아니다’는 입장으로 대응하기도 하였다.²⁷⁾

결국, 관광협회는 JP미노타역에 게시한 포스터를 11월 29일에 철거하고²⁸⁾ 스탬프 랠리의 대상인 21개 상점과 음식점에 광고를 중단하도록 요청하였다. 12월 4일에 공식 사이트를 통해 사과문을 공개하고 12월 7일에 디자인을 변경한 새로운 포스터를 공개했다²⁹⁾. 새로운 포스터에서는 스탬프 랠리의 기획 내용을 알리는 문자나 로고는 그대로 둔 채 일러스트만 변경했다. 변경의 의도를 ‘일러스트의 이미지가 적절하지 않다는 지적을 받았지만, “농림” 자체는 농업에 진지하게 임하는 고교생의 모습을 그린 작품으로, 작품과 시가 콜라보하는 것에 관한 부정적인 의견이 나와 있지 않기 때문에, 기획은 계속하기로 했다’고 설명했다³⁰⁾.

[그림 2] 시마시의 미노카모시의 농림 포스터 캐릭터



자료: <https://nlab.itmedia.co.jp/nl/articles/1512/08/news106.html>

27) WITHNEWS(2015년11월30일) <https://withnews.jp/article/f0151130002qq0000000000000000V02j0401qq000012792A>

28) Huffpost Newsroom(2015년12월1일) https://www.huffingtonpost.jp/2015/11/30/minokamo-nourin_n_8685222.html

29) 毎日新聞(2015년12월7일) <https://mainichi.jp/articles/20151208/k00/00m/040/095000cl>

30) ねとらぼ(2015년12월8일) <https://nlab.itmedia.co.jp/nl/articles/1512/08/news106.html>

라. 다카나와 게이트웨이역(高輪ゲートウェイ駅)의 AI ‘사쿠라씨(さくらさん)’

2020년 3월 14일에 개업한 JR아마테선·케이힌토호쿠선(山手線·京浜東北線)의 다카나와 게이트웨이역은 ‘미래를 이미지 할 수 있는 역’이라는 컨셉의 최첨단 역이다. 이곳에서 환승 안내와 주변 안내를 위해 설치된 AI가 젠더 시각에서 비판을 받게 된 것이다. 개찰구를 나오면 디지털 사이니지가 2대 설치되어 있어 탑재된 AI 캐릭터가 음성 인식으로 이용자의 질문에 응답하게 되는데, 한 대는 현실적 아바타 스타일의 남성 역무원이고, 다른 하나는 애니메이션 캐릭터의 여성 역무원이 나오게 된다. 3월 16일의 동양경제(東洋経済) 온라인에 의하면, 남녀 AI 역무원의 차이가 현저하고, 남성 역무원은 역 구내와 주변 안내가 간결하며 매우 진지한 인상인 반면, 여성은 애니메이션 캐릭터로 대화 도중에 머리카락을 만지는 등의 행동을 해 매우 기술적인 노력이 반영된 것으로 알려졌다.³¹⁾

그러나, 이 기사가 SNS를 통해 확산되면서 ‘젠더 바이어스’ ‘머리카락을 만지는 등 전형적인 여성스러움에 대한 고정적 관념을 강조한다’ 등의 비판이 쏟아졌다.³²⁾ 여성 역무원에게는 ‘시부야 사쿠라(澁谷さくら)’라는 풀네임/거주지/취미 등 자세한 프로필이 설정되어 있고, 음성으로 ‘올해 21세’, 좋아하는 타입은 ‘밝고 화제가 풍부한 분이 멋지다고 생각한다’고 대답하는 한편, 남성 역무원에게 나이를 물을 경우 ‘작년 7월에 태어났습니다’라는 응대에 흥미 없어하는 대응하고 있다.³³⁾

여성 캐릭터 사쿠라씨와의 대화는 남자친구 여부의 질문에 ‘애인이에요? 지금은 일에 집중하고 싶어서 생각 못하고 있어요’, 신체 사이즈를 물으면 ‘미안해요, 잘못 들었던 걸로 할게요’, 귀엽다고 하면 ‘고맙습니다! 조금 쑥스럽습니다…!’ 등, 회답에 ‘무슨 말을 들어도 웃고 상냥하게 감싸는 여성상’이 표현되어 있어 ‘안이한 여성다움’이 AI 개발에 담겨져 있다고 지적되었다.³⁴⁾ 이와 같은 답변에 대해 ‘성희롱 아저씨가 원하는 답변 그대로’ ‘업무에 관계없는 질문에는 대답하지 않겠다고 거부했으면 좋겠다’ 등의 의견이 SNS에 올라오기도 한다.

31) 東洋経済(2020年3月16日) <https://toyokeizai.net/articles/-/336547?page=4>

32) ヤフーニュース(2020年3月30日) <https://news.yahoo.co.jp/byline/tsukagoshikenji/20200330-00168679>

33) ウェジー(2020年3月17日) <https://wezz-y.com/archives/74908>

34) 朝日新聞デジタル(2020年3月19日) <https://digital.asahi.com/articles/ASN3M6RPHN3MUTIL044.html?pn=7>

JR동일본(東日本)의 홍보 담당자는 '사쿠라씨의 회답 방법이 여성 멸시적이라고 지적되고 있는 것은 파악하고 있어, 의견을 반영시켜 서비스 향상에 노력하겠다'고 했으며, 추후 실제로 안내업무와 관계없는 일부의 질문에 대해서 '일에 관한 질문을 부탁드립니다'고 대답하도록 수정되었다. JR동일본에서는 AI '사쿠라씨'는 웹 제작 회사가, 남성 AI는 JR동일본의 그룹 회사가 개발한 것이라는 차이가 있을 수 있으며, '두 대를 나란히 설치했으므로 '사쿠라씨'의 특징이 더욱 두드러졌을 수 있을 것이라는 응대를 했지만, 추후 운영여부에 대해서는 지속적으로 논의할 예정이라고 한다³⁵⁾.

[그림 3] 다카나와 케이트웨이역의 남성과 여성 캐릭터

<p>애니메이션의 여성 캐릭터</p>	<p>실사에 가까운 남성 캐릭터</p>
<p>애니메이션의 여성 캐릭터</p>	<p>실제 외국인 관광객의 이용 모습</p>

자료: <https://digital.asahi.com/articles/ASN3M6RPHN3MUTIL044.html?pn=7>

35) 朝日新聞デジタル(2020年3月19日)<https://digital.asahi.com/articles/ASN3M6RPHN3MUTIL044.html?pn=7>

집필내역

연구책임

오훈성 한국문화관광연구원 부연구위원: 제1장, 제2장, 제3장, 제4장, 제5장, 제6장

연구 자문

김경희 한국여성정책연구원 선임연구위원
김수아 서울대학교 언론정보학과 교수
김준호 이안전략컨설팅 대표
김현지 동의대학교 국제관광경영학과 교수
반정화 서울연구원 시민경제연구실 연구위원
이영주 강원연구원 선임연구위원
이은아 이화여자대학교 호크마대학 교수
이인재 가천대학교 관광경영학과 교수
조영주 한국여성정책연구원 성별영향평가센터
조혜련 한국양성평등교육진흥원 공공교육부 부장
최영화 인천연구원 연구위원
최유진 한국여성정책연구원 성별영향평가센터장

양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검방안 연구

발행인 김대관

발행처 한국문화관광연구원
서울시 강서구 금남화로 154
전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880
<http://www.kcti.re.kr>

인쇄일 2021년 11월 30일

발행일 2021년 11월 30일

인쇄인 (사)한국장애인이워크협회 일자리사업장

I S B N 978-89-6035-887-4 93300

DOI <https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2021.e24>

이 연구보고서를 인용하실 때는 다음과 같은 사항을 기재해 주십시오.

오훈성(2021), 양성평등 관점의 지역관광 콘텐츠 점검방안 연구, 한국문화관광연구원



한국문화관광연구원

서울특별시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800

팩스 02-2669-9880

www.kcti.re.kr



아래의 DOI 또는 QR코드를 통해
이 보고서를 무료로 다운로드할 수 있습니다.
<https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2021.e24>



9 788960 358874
ISBN 978-89-6035-887-4